

Maria Clara Reschke Stansilau Affonso

**EVIDENCIAR ASPECTOS DA CULTURA INDÍGENA
DA ETNIA YAWALAPITI, ALDEIA PALUSHAYUPITI,
ALTO XINGU, ATRAVÉS DE UM PRODUTO
LÚDICO PARA CRIANÇAS**

Projeto de Conclusão de Curso (PCC)
submetido ao Programa de Graduação
da Universidade Federal de Santa
Catarina para a obtenção do Grau de
Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Fernando
Gonçalves de Figueiredo.

Florianópolis
2016

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária
da UFSC.

, Maria Clara Reschke Stanislau Affonso Evidenciar aspectos da cultura da etnia Yawalapiti, aldeia Palushayupiti, Alto Xingu, através de um produto lúdico para crianças. / Maria Clara Reschke Stanislau Affonso ; orientador, Luiz Fernando Gonçalves de Figueiredo - Florianópolis, SC, 2016. 167 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Graduação em Design.

Inclui referências 1. Design. 2. Yawalapiti. 3. Design. 4. Infantil. 5. Lúdico. I. Figueiredo, Luiz Fernando Gonçalves de. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em Design. III. Título.

Maria Clara Reschke Stanislau Affonso
**EVIDENCIAR ASPECTOS DA CULTURA INDÍGENA,
DA ETNIA YAWALAPITI, ALDEIA PALUSHAYUPITI, ALTO
XINGU, ATRAVÉS DE UM
PRODUTO LÚDICO PARA CRIANÇAS**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, 21 de novembro de 2016.

Prof. Dr. Luciano de Castro
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Luiz Fernando Gonçalves de Figueiredo
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Francisco Fialho,
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Ricardo Straioto,
Universidade Federal de Santa Catarina

Este trabalho é dedicado
aos povos indígenas do Brasil, muitas
vezes esquecidos e ignorados.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, aos meus pais por terem sempre me apoiado e me incentivado a continuar à procura dos meus sonhos, mesmo em épocas onde eu achava que isto não seria possível. Por terem me dado uma educação livre e amorosa. Principalmente por terem me mostrado que a maravilha deste mundo está na diversidade e por terem compartilhado suas paixões e dedicação pela cultura indígena.

Aos meus avós, por se preocuparem diariamente comigo. Ao meu avô Elson por ter sido o meu professor de vida, dividindo seus ensinamentos e corrigindo meus textos, mesmo de madrugada. A minha avó Júlia por se preocupar diariamente com a minha saúde e fazer os melhores doces que ajudavam a sobrepor as angústias e ansiedades durante o trabalho.

À Adriana Ramos do Instituto Sócio Ambiental por ter me auxiliado na escolha da etnia Yawalapiti, assim como ter sido a minha ponte de contato com a indígena Watatakalu Yawalapiti.

À Watakalu Yawalapiti por ter sido uma pessoa tão generosa, desde a disposição em tentar compreender a proposta do trabalho, até o apoio à minha ida para sua aldeia.

A todos da aldeia Palushayupiti e principalmente a Anna Terra Yawalapiti e sua família por terem me recebido em sua oca de forma tão enriquecedora para minha pessoa e terem compartilhado suas histórias e pensamentos - ensinamentos que vão muito além desse projeto.

Às crianças da aldeia, Nuala, Nele, Bruno, Azumi, Nauira e Kaminapua, por serem essas crianças magníficas, cheias de personalidade e principalmente por terem confiado em mim e me proporcionando maravilhosos seis dias de ensinamentos e transformando em minha inspiração para o produto final. Espero um dia poder mostrar para eles este projeto finalizado.

Ao Collor Yawalapiti por ser, desde o primeiro momento, uma pessoa com o gosto em ensinar sobre a cultura do seu povo e por sempre se mostrar disposto a ajudar, mesmo após a minha imersão.

Ao William Jefferson por ter sido um dos maiores companheiros deste projeto, desde o momento em que este era apenas um desejo meu sendo compartilhado em uma tarde de chá, por ter me motivado a não desistir de ir ao Xingu, por ter esse talento com a fotografia e principalmente por continuar sendo o melhor companheiro de viagem.

À Aline de Paula pelo seu companheirismo durante a imersão e principalmente por ter dividido seus conhecimentos de antropologia sobre as culturas indígenas.

À Rede Pronto 3D da UFSC por proporcionar a execução dos milhares de protótipos realizados para este projeto. Além de ajudarem, tanto com ideias como emocionalmente, durante as inúmeras tardes na sede.

Aos meus amigos e familiares, aqueles me ajudaram diretamente tanto no emocional como na execução do projeto, como aqueles que compreenderam a minha ausência esse ano. Desses quero agradecer principalmente as "minhas Marianas": Mariana Zampiere pela presença e compartilhamentos motivacionais diários, Mariana Costa com o seu estudo tipográfico utilizado no trabalho, Mariana Batista pelas suas ideias de execução do projeto e Mariana Bandeira pelas noites viradas auxiliando na execução do projeto. Além destas gostaria de agradecer a Raíssa Campoy Tonon por sua constante disposição em me ajudar nos últimos dias de projeto e a Luiza Gomes pelos seus dizeres motivacionais realistas.

À minha companheira de maternidade, Maria Anacleto, que conheci pelo meu filho e se tornou uma amiga sempre se mostrou disposta a ajudar.

À equipe de criação da Ludi, do grupo Imaginarium, pelos ensinamentos adquiridos e por compreenderem a importância deste projeto, dando o suporte, sempre que possível, para a finalização do mesmo.

À minha banca examinadora, Ricardo Straioto e Francisco Fialho, por terem aceito o convite para avaliarem esse projeto.

E por fim, ao meu filho Eduardo por ser a minha motivação de ir atrás dos meus objetivos, por ter sido sempre um companheiro durante a minha trajetória na faculdade, por ter compreendido a importância da minha ida a "cidade dos índios", por me mostrar como uma criança pode ter o gosto em aprender sobre uma nova cultura, passando um mês querendo histórias sobre indígenas e principalmente por mostrar que os momentos mais difíceis podem se tornar leves.

Assim, concluo que esse projeto não teria sido executado, tão menos finalizado se não fosse à generosidade de todos.

Obrigada.

“A vida é uma longa lição de humildade.”
(J. M. Barrie, 1911)

RESUMO

Este trabalho apresenta as bases sobre as quais foi possível criar o kit "Aventuras com os Yawalapiti" – um conjunto de bonecos auxiliares ao livro conceitual infantil, com o objetivo de estimulá-las a valorizar e ter respeito por outras culturas – parte integrante do projeto de conclusão do curso de graduação em Design na Universidade Federal de Santa Catarina. Resultado da combinação entre pesquisas sobre os aspectos da cultura indígena da etnia Yawalapiti, pesquisas que evidenciam a importância de um projeto educacional sobre a cultura indígena para crianças, pesquisas que demonstram a necessidade de um brinquedo lúdico para o desenvolvimento infantil, e a pesquisa desenvolvida durante a imersão com crianças, mulheres e guerreiros Yawalapiti, na imersão realizada na aldeia Palushayupiti, no Alto Xingu. As pesquisas, os dados levantados e o convívio direto com os indígenas na aldeia, foram acompanhados pelo método do Design Thinking focado no Human-Centered (HCD), em português Design Centrado no Usuário. Um método de pesquisa dividido em três partes: Ouvir, Criar e Desenvolver, apropriado para a geração de soluções inovadoras, conforme o objetivo deste projeto.

Palavras-chave: Design de produto, Indígena, Yawalapiti, Infantil, Lúdico.

ABSTRACT

This paper presents the bases on which it was possible to create the kit "Adventures with the Yawalapiti" - a set of helper dolls from a children's book, with the purpose of stimulating them to value and have respect for other cultures - as part of the completion of the degree course in Design at the Federal University of Santa Catarina (UFSC). It was result of a combination of researches in: the aspects of the indigenous culture of the Yawalapiti ethnic group, the importance of an educational project on indigenous culture for children, and demonstration the need for a playful toy for children's development; furthermore, the analysis developed during the immersion with children, women and warriors from Yawalapiti during the immersion realized in the village Palushayupiti, in Alto Xingu. The research, the data collected and the direct contact with the Indians in the village, were followed by the Design Thinking method focused on Human-Centered (HCD). The design method is divided in three parts: Hear, Create and Develop that aims to make innovative solution.

Keywords: Product Design, Indigenous, Yawalapiti, Child.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Indígena no Rio Xingu	25
Figura 2 - O Processo HCD.....	30
Figura 3 - Etapas do projeto	32
Figura 4 - Cronograma efetuado	33
Figura 5 – Oca da etnia Yawalapiti	37
Figura 6 - Mapa Parque Indígena do Xingu	38
Figura 7 - Estudo Ergnômico	53
Figura 8 - Etapas de ouvir	58
Figura 9 – Brainstorm do "O que sei?"	60
Figura 10 – Brainstorm do "O que não sei?".....	61
Figura 11 - Logo Casa da Árvore	65
Figura 12 - Logo Parlenda.....	67
Figura 13 – Crianças na aldeia	68
Figura 14 - Crianças brincando na areia.....	69
Figura 15 - Desenho das Crianças durante a dinâmica.....	73
Figura 16 - Resultado Entrevista Pais	78
Figura 17 - Resultado Entrevista Pais II.....	79
Figura 18 - Visitantes chegando na aldeia para imersão	83
Figura 19 - Rio Xingu	86
Figura 20 - Rio com as Crianças	87
Figura 21 – Crianças desenhando.....	88
Figura 22 - Aniversário Vicente	89
Figura 23 - O Acampamento	91
Figura 24 – Início do Ritual	92
Figura 25 - Cerimônia com o Espantalho.....	92
Figura 26 – Céu na aldeia.....	93
Figura 27 - Descascando mandioca.....	94
Figura 28 - Graduanda e Nuala	97
Figura 29 - Mapa Mental sobre a Imersão.....	99
Figura 30 - Painel semântico	103
Figura 31 – Persona João	104
Figura 32 – Persona Mariana	103
Figura 33 – Persona Gustavo	103
Figura 34 – Brinquedos Indígenas.....	103
Figura 35 – Produtos com referencias indígenas.....	106
Figura 36 – Áreas de Oportunidade	103
Figura 37 - Novas Soluções	103
Figura 38 – Referencial Estético	108

Figura 39 – Geração de Alternativa I.....	120
Figura 40 – Geração de Alternativa II.....	120
Figura 41 - Geração de Alternativa III.....	120
Figura 42 - Encaixes de Cabelo Feminino	120
Figura 43 - Encaixes de cabelo Masculino	120
Figura 44 – Graduanda junto com as crianças inspiradoras para o Trabalho.....	120
Figura 45 - Bonecos simplificados.....	120
Figura 46 – Representação Animal	120
Figura 47 - Gerações Visuais dos Animais	120
Figura 48 –Estudo posição.....	121
Figura 49 - Figuras dos Animais Impressas.....	122
Figura 50 - Elicitação do Rosto de uma Onça.....	123
Figura 51 - Primeiros Protótipos	124
Figura 52 - Desenho dos Protótipos	125
Figura 53 – Ergonomia I.....	126
Figura 54 – Ergonomia II.....	131
Figura 55 – Empilhamento.....	131
Figura 56 - Prototipos	135
Figura 57 – Expressão e Personalidades	120
Figura 58 - Faca	120
Figura 59 - Re-design I	120
Figura 60 - Re-design II	120
Figura 61 – Re-design III.....	131
Figura 62 – Síntese de valores	135
Figura 63 – Ciclo de vida.....	120
Figura 64 – Faca interna.....	137
Figura 65 – Faca interna II.....	137
Figura 66 – Faca externa.....	137
Figura 67 - Berço para os bonecos.....	139
Figura 68 – Estudo Fonte.....	140
Figura 69 – Embalagem Externa.....	145
Figura 70 – Embalagem Interna Animais	146
Figura 71 – Embalagem Interna Crianças.....	147
Figura 72 – Interno da embalagem Interna Crianças	148
Figura 73 - Interno da embalagem Interna Animais	149
Figura 74 – Bonecos Finalizados e empilhados	149
Figura 75 – Bonecos Finalizados	156
Figura 76 - Desenho técnico I.....	156
Figura 77 - Desenho técnico II	120

Figura 79 - Desenho técnico III 120

Figura 79 - Desenho técnico IV 120

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Classificação Brinquedos por kishimoto (1996)	57
Tabela 2 - Resultado Dinâmica com Público.	75
Tabela 3 - Acontecimentos importantes durante a imersão.....	82
Tabela 4 – Produtos no mercado.....	108
Tabela 5 - Insight	125
Tabela 6 – Analise Sincronica.....	132
Tabela 7 – Desenhos Crianças	133
Tabela 8 – Elicitação de animais.....	134
Tabela 9 – Gerações Visuais dos animais	161
Tabela 10 - Formas e Representações Gráficas dos Protótipos I	161
Tabela 11 - Formas e Representações Gráficas dos Protótipos II	161
Tabela 12 - Formas e Representações Gráficas dos Protótipos III.....	161
Tabela 13 - Plano de Ação	161

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ISA – Instituto Socioambiental

HCD – Human Centered Design

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	25
1.1	OBJETIVOS	28
1.1.1	Objetivo Geral	28
1.1.2	Objetivos Específicos	28
1.2	JUSTIFICATIVA	28
1.3	DELIMITAÇÃO DO ESTUDO	29
1.4	MÉTODO PROJETUAL DE DESIGN	30
1.4.1	Ouvir (Hear)	34
1.4.2	Criar (Create).....	34
1.4.3	Implementar (Deliver).....	34
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	37
2.1	INTRODUÇÃO À CULTURA DOS POVOS YAWALAPITI... 37	
2.2	A IMPORTÂNCIA DO UNIVERSO LÚDICO COMO PROCESSO DO DESENVOLVIMENTO INFANTIL	40
2.3	DESIGN PARA O PÚBLICO INFANTIL	43
2.3.1	Os valores do Design na concepção de produtos lúdico para o público infantil.	44
2.3.1.1	Valor Estético/Formal.....	44
2.3.1.1.1	<i>Forma</i>	45
2.3.1.1.2	<i>Cor</i>	46
2.3.1.2	Valor Funcional	48
2.3.1.3	Valor Simbólico	49
2.3.2	DesignSustentável	51
2.3.3	Ergonomia e Antropometria	53
2.4	O BRINQUEDO	55
3	DESENVOLVIMENTO PROJETUAL	58
3.1	O PROCESSO HCD - H - HEAR - OUVIR.	58
3.1.1	Identificando do Desafio Estratégico.	59
3.1.2	Avaliando o conhecimento preexistente	59
3.1.3	Identifique pessoas com quem conversar.	62
3.1.4	Escolha dos métodos de pesquisa.....	62
3.1.5	Desenvolvendo abordagem de pesquisa e seus resultados.	64
3.1.5.1	Entrevista Individual.....	64
3.1.5.2	Entrevista com especialistas	67
3.1.5.3	Auto-documentação com crianças não indígenas.	71
3.1.5.4	Questionário para responsável pela criança	76
3.1.5.5	Imersão em contexto.	81
3.1.6	Desenvolvimento de um Modelo Mental.....	99
3.2	PÚBLICO ALVO	100
3.2.1	Painel Semântico de público alvo.....	103
3.2.2	Personas e cenários	103
3.3	ANÁLISE DE SIMILARES	105

3.3.1	Brinquedos indígenas	105
3.3.2	Brinquedos com influências da cultura indígena	107
3.4	O PROCESSO DO HCD - C – CREATE – CRIAR	109
3.4.1	Identificando Padrões	109
3.4.2	Criando áreas de oportunidades	111
3.4.3	Brainstorm de novas soluções	112
3.4.4	Análise Sincrônica em relação à função	114
3.4.5	Pesquisa de Referencial Estético	116
3.4.6	Gerações de Alternativas	117
3.5	O PROCESSO DE HCD - D - DELIVER	129
3.5.1	Refinamento e Adequação da Alternativa Seleccionada	129
3.5.2	Valores do design na concepção do produto final	140
3.5.3	Ergonomia	142
3.5.4	Materiais e Processos	143
3.5.5	Planificação e Faca	146
3.5.6	Estudo da Fonte	149
3.5.7	Produto final	150
3.5.8.	Desenho Técnico	157
3.5.9.	Capacidade necessária para implementação	160
4	CONCLUINDO	163

REFERÊNCIAS	165
-------------------	-----

1. INTRODUÇÃO

Desde a Revolução Industrial o paradigma do design, dominante, tem sido o de desenhar para um determinado mercado, dirigido a um consumidor com objetivos estritamente capitalistas. Só muito mais tarde começou a surgir uma nova consciência sobre o papel do design. Vitos Papanek (1972), desenhista industrial, diretor de design do California Institute of the Arts, publicou "Design for the Real World" (Design para o Mundo Real), onde expressava a preocupação com a relação homem-natureza e o papel do design nessa relação como produtor de artefatos, demonstrando que uma nova consciência do design e da tecnologia pode contribuir para o bem-estar da população e do planeta.

Nesse quesito, o designer social é reconhecido como o projetista de informação quando apresenta refletido em seus produtos o seu posicionamento quanto às questões sociais. Como citado por Bonsiepe (1998), “a abordagem do design busca a produção de coerência e tem como critério de sucesso a satisfação da sociedade”. Desta forma, seus resultados podem se caracterizar tanto como um reflexo, quanto como uma inovação sociocultural.

“A preocupação social deveria ser rotina em qualquer projeto de design, pois os profissionais envolvidos muitas vezes têm participação ativa para aumentar ou amenizar os problemas sociais através da cultura material.” (MACHADO, MECKLE, 2010).

Inserida nesse contexto de preocupação social pretendeu-se compreender a cultura indígena, como ela é vista pela população urbana não indígena e como o design pode contribuir para ampliar a visibilidade sobre essa cultura.

A história brasileira, segundo materiais didáticos, teve início com o “descobrimento” pelos portugueses em 1500. Entretanto é questionada essa tal descoberta, assim como Cunha (1992) relata, porque inúmeras tribos indígenas já habitavam nesse solo “brasileiro”. Os relatos sobre a chegada dos portugueses em terras brasileiras baseiam-se em anotações dos colonizadores. Acredita-se que tais relatos se aproximam bastante da realidade naquela época. Ribeiro (2004) assinala que, antes da chegada dos portugueses, havia na costa do Atlântico, território chamado de brasileiro, cerca de um milhão de índios. No entanto, Cunha (1992) aponta que havia nessa região cerca de cinco milhões de índios.

Figura 1 - Indígena no Rio Xingu.



Fonte: www.socioambiental.org (2016)

Não há como saber o número exato da indígena da época, porém há um ponto onde os autores concordam; a colonização foi um verdadeiro massacre e resultou no extermínio de várias nações indígenas. Esse fato é comprovado por meio de dados atuais. O último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010) revela a identificação de 305 etnias e de 274 línguas indígenas em território nacional, representando um total de 896 mil pessoas que se declaram ou se consideram indígenas. Convém ressaltar o registro de um significativo aumento da população indígena desde o censo de 2000, quando foram identificados apenas 294 mil indígenas.

"A política indigenista foi implantada em 1910, quando os índios ainda estavam sendo expulsos de suas terras, e um fato novo ocorreu: as lutas ganharam certa visibilidade nacional, que culminou no surgimento do Serviço de Proteção aos Índios. Por meio do Decreto de lei n. 8072, de 20 de julho de 1910, o índio passou a ter direito a um pedaço de terra para plantar e viver. Em 1914 foram efetuadas algumas mudanças nas diretrizes assegurando direito ao índio a expressar sua crença e sua cultura, a possuir terra onde habitar e manter unida sua família; isto é, foram assegurados aos indígenas todos os direitos e deveres de um cidadão comum". (Ribeiro, 2004)

Entretanto, essa lei, instituída em favor dos indígenas, tem sido constantemente ignorada e descumprida, causando conflitos entre fazendeiros, índios e governo, muitas vezes saindo do patamar governamental e se transformando em atritos entre não indígenas e

indígenas. Continuamente fazendeiros e garimpeiros tentam invadir, muitas vezes de forma brutal, terras indígenas, com objetivo de se apropriar do espaço resultando muitas vezes em mortes de indígenas. Infelizmente essa violência perdura nos dias de hoje, como na matéria do dia 14 de junho de 2016, sobre o Massacre de Caarapó, ocorrido enquanto esta monografia foi escrita.

Segundo João Pacheco de Oliveira (1995), alguns não indígenas defendem o direito que o povo indígena possui, outros discordam completamente; muitos apenas concordam com o “discurso” na expectativa de que não resulte na implantação de políticas públicas concretas. Oliveira (1995) também afirma que em inúmeros livros etnográficos, sobre tecnologia, arte, cosmologia, e história, sempre associam o indígena ao “primitivo”. Tal situação mostra o preconceito e a discriminação sofridos pelos indígenas.

Mesmo após a criação do órgão governamental indigenista, a Fundação Nacional do Índio (FUNAI) (Lei nº 5.371 de 5 de dezembro de 1967), responsável pela promoção e proteção dos direitos dos povos indígenas em todo o território nacional, são encontradas diversas barreiras para o reconhecimento de muitos aspectos da cultura indígena, tais como o reconhecimento de seus rituais e da sua condição de serem parte do patrimônio cultural brasileiro.

Analisando esse cenário e o papel do designer como agente de mudanças sociais, resolveu-se gerar um produto que evidencie os aspectos indígenas como forma de auxiliar no reconhecimento da importância da valorização da cultura indígena.

Decidiu-se criar um produto voltado para o público infantil, com o intuito de mostrar que a valorização da sua educação é importante e fundamental para a transformação da sociedade.

Como relatado, existem mais de 300 etnias indígenas no território brasileiro, onde cada uma possui uma cultura individual, mesmo que semelhantes em alguns aspectos. Desse modo foi escolhida uma etnia específica, os Yawalapiti, situada na reserva do Parque Indígena do Xingu, no Mato Grosso.

Além que o projeto utilizou a Estratégia Centrada no Ser Humano como método projetual. Assim, como forma de atender não apenas o intelectual, mas também o experimental. Foi realizada uma imersão de seis dias pela graduanda em uma aldeia com a etnia Yawalapiti, aldeia Palushayupiti.

1.2 OBJETIVOS

Os objetivos que direcionam a pesquisa e o desenvolvimento do projeto são mencionados a seguir.

1.1.1 Objetivo Geral

Este projeto tem como objetivo geral de evidenciar aspectos da cultura indígena da tribo Yawalapiti, aldeia Palushayupiti, Alto Xingu, através de um produto lúdico para crianças não indígenas.

Realizando uma pesquisa através das etapas do método do Design Thinking concentrado no ser humano, *Human Centered Design Thinking*.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Buscar referências semânticas através da experiência em contexto.
- Buscar a compreensão dos desejos dos indígenas sob o projeto.
- Criação de um produto com quesitos da sustentabilidade.
- Criação de protótipos.

1.2 JUSTIFICATIVA

O projeto reconhece a existência do conhecimento aprofundado sobre as culturas indígenas brasileiras, porém estas são pouco disseminadas para sociedade em geral, auxiliando a falta de reconhecimento de seu valor. Nesse aspecto, esse projeto tem como intuito elaborar um produto que procure evidenciar a cultura indígena brasileira, tendo como foco uma etnia específica. Auxiliar na divulgação de uma cultura de forma detalhada e despertando curiosidade em aprender sobre outras culturas.

A escolha do estudo sobre a etnia Yawalapiti decorreu de conversas com o Instituto Sócio Ambiental¹ onde foram apresentados mapas e informações sobre as diversas tribos indígenas brasileiras auxiliando na escolha da etnia em questão e contribuindo com a conexão entre a graduanda e uma das lideranças femininas do povo

¹ Instituto Sócio Ambiental - uma organização não governamental que tem como objetivo propor soluções de forma integrada a questões sociais e ambientais com foco central na defesa de bens e direitos sociais, coletivos e difusos relativos ao meio ambiente, ao patrimônio cultural, aos direitos humanos e dos povos, contendo as maiores informações das tribos indígenas brasileiras.

Palushayupiti, da etnia Yawalapiti, Watatakalu Yawalapiti, viabilizando a imersão na aldeia ocorrida no período de 20 a 26 de agosto de 2016.

O produto visa auxiliar no despertar de um interesse em aprender sobre outras culturas, assim podendo ter uma valorização da cultura indígena entre crianças não indígenas. Acredita-se que a compreensão de uma específica tribo indígena possa estimular o interesse em estudar outras culturas, além de apresentar aspectos mais detalhados sem ofender outra tribo que não se identificaria com o produto desenvolvido.

A decisão de criar um produto para o público infantil foi motivada pela facilidade de aprendizado da criança. Por meio de brincadeiras lúdicas, crianças são muitas vezes despertadas pela curiosidade sobre novos assuntos, aprendendo brincando. Já o adulto, muitas vezes, está mergulhado em sua rotina caótica, focado apenas em si próprio.

A proposta de o produto ser um "brinquedo" direcionado ao público infantil vai além do fato do brinquedo ser um produto educacional de forte visibilidade para este público. Acima de tudo deve-se à importância que o mesmo representa para o seu desenvolvimento das crianças e o encanto que as faz sorrir, descobrir e, consequentemente, crescer e educar.

Em razão da acadêmica sempre ter demonstrado interesse e ter realizado diversos trabalhos para o público infantil, este projeto parte de informações e práticas anteriores no seu aprendizado, que serão aprofundadas e aprimoradas. A acadêmica como profissional designer, poderá pôr em prática conceitos defendidos neste projeto na elaboração de seus futuros trabalhos.

1.3. DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

Por ser um projeto sobre uma cultura específica, compreende-se a importância de se preservar os direitos autorais dessa cultura sobre o trabalho.

"A Constituição Federal reconheceu aos índios o direito a manter sua organização social, seus costumes, línguas, crenças e outros tantos bens e interesses de natureza coletiva, obrigando o Estado brasileiro a por eles zelar. A proteção ao patrimônio artístico indígena é uma forma de zelar por um bem de natureza coletiva. Assim, para compreendermos como a lei de direitos autorais

pode proteger esse patrimônio é preciso interpretá-la em conjunto com as disposições constitucionais referentes aos direitos indígenas, bem como à luz das peculiaridades inerentes aos casos aqui tratados”. (Batista, 2004)

Entende-se que esse projeto para a graduanda é um projeto sem fins lucrativos e para a academia, porém reconhece que se for dos interesses dos indígenas irá conceder seus direitos autorais aos indígenas da aldeia Palushayupiti.

1.4 MÉTODOS PROJETUAL DE DESIGN

O processo projetual definido para o desenvolvimento deste projeto foi do Design Thinking centrado no Ser Humano, o *Human Centered Design Thinking* (HCD) - em português Design Centrado no Design Thinking - desenvolvido pela IDEO, uma agência global de design e inovação. Utilizou-se uma combinação do kit de ferramentas do HCD junto com outras ferramentas do Design Thinking. (HCD, 2001)

O método de pesquisa usado pelo HCD (Figura 2) é dividido em três partes: Ouvir (Hear), Criar (Create) e Desenvolver (Develop), apresentando como objetivo a geração de soluções inovadoras. Assim, essas ferramentas auxiliam a “ouvir” de diversas formas as necessidades dos usuários, a “criar” novas ideias com o intuito de contribuir com as suas necessidades, e por fim ajudam a “desenvolver” e implementar soluções levando em conta os quesitos da sustentabilidade.

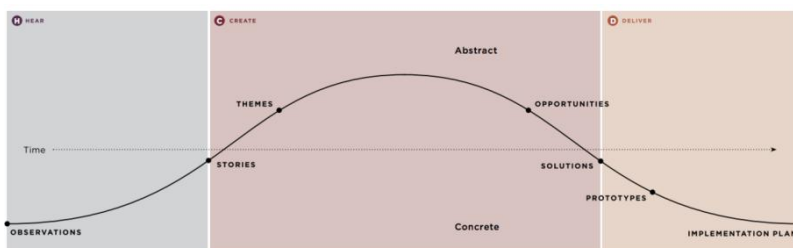


Figura 2 - O Processo HCD

Fonte – Kit de Ferramentas HCD. (IDEO, 2015)

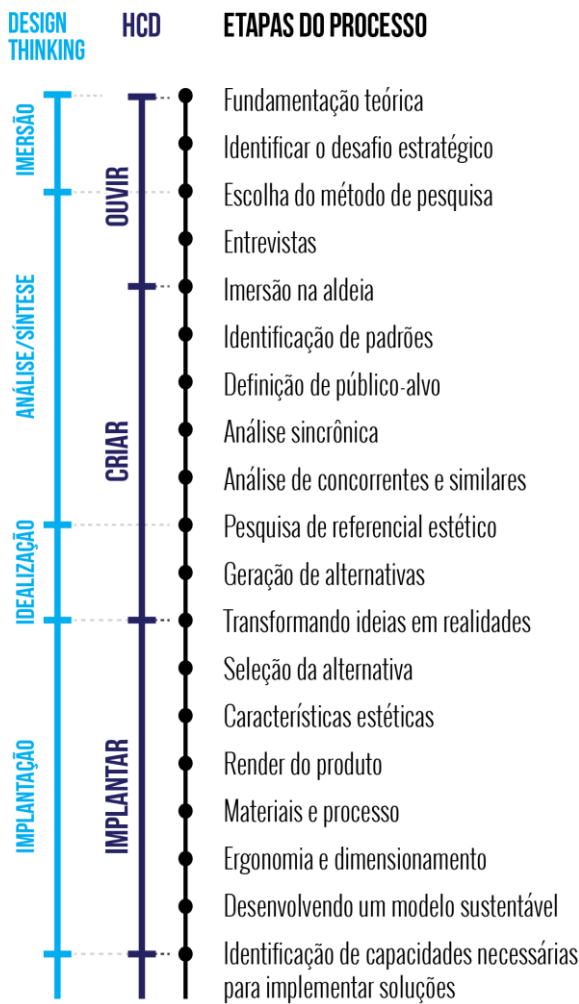
O método HCD é um kit de ferramentas que compreende a importância do trabalho em equipe, principalmente quando se tratam de trabalhos de pessoas de diversas áreas, equipes multidisciplinares. Como essa pesquisa é um trabalho individual, alguns métodos propostos pela

ferramenta foram readaptados a outras ferramentas do design thinking. Como citado no início do livro, "o HCD, entretanto, é flexível o suficiente para ser utilizado de forma complementar a outras metodologias existentes, ou ser suplementado por elas". (HCD, 2001)

A aplicação do HCD neste projeto foi realizada de forma bastante flexível e adaptada pelo fato de ser um produto com um determinado tema, porém para um público de fora da comunidade, ou seja, para o desenvolvimento deste projeto foram estudados dois grupos: os indígenas da tribo Yawalapiti e o universo do público alvo, a criança não indígena.

Combinando a ferramenta do HCD com outros métodos projetuais evidenciou-se uma forma adequada para desenvolver o projeto em questão, apresentado na figura 3.

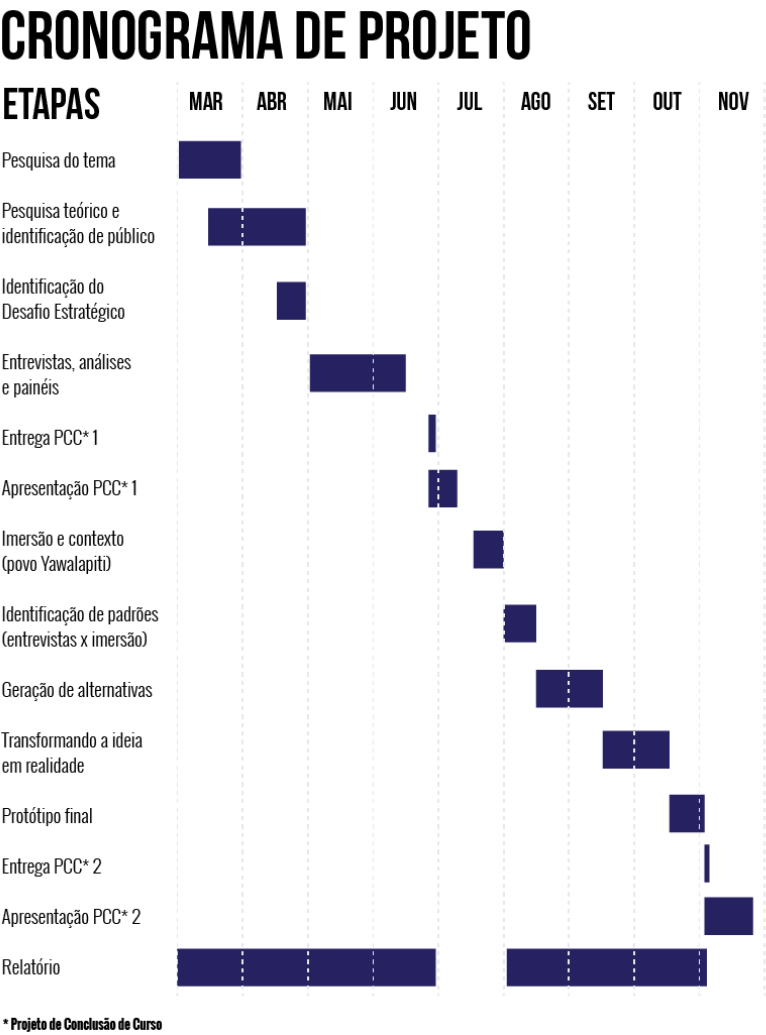
Figura 3 - Etapas do projeto



Fonte: Desenvolvido pela autora

Para melhor desempenho no processo foi feito um cronogramas (Figura 4) com as etapas apresentadas.

Figura 4 - Cronograma efetuado



Fonte: Desenvolvido pela autora

1.4.1 Ouvir (Hear)

A etapa do "Ouvir" é a primeira parte do projeto, onde se tem o objetivo de absorver ao máximo sobre o tema e o comportamento do público, entender as necessidades, expectativas e aspirações para o futuro.

- As ferramentas da etapa "Ouvir" utilizadas são:
- Identificação de desafio estratégico.
- Avaliação do conhecimento preexistente.
- Identificação das pessoas com quem se irá "conversar".
- Escolha dos métodos de pesquisa.
- Desenvolvimento de abordagens de entrevistas.
- Desenvolvimento de um modelo mental.

1.4.2 Criar (Create)

Durante a etapa do "Criar" as necessidades concretas dos indivíduos serão transformadas em direções estratégicas e soluções tangíveis.

- As ferramentas da etapa "Criar" estão presentes:
- Desenvolvendo a abordagem.
- Compartilhando histórias.
- Identificando padrões.
- Criando áreas de oportunidades.
- Brainstorm de novas soluções.
- Transformando ideias em realidade.

1.4.3 Impelmentar (Deliver)

A etapa do Desenvolver dentro do HCD auxilia na criação de produtos de baixo custo e baixo investimento, para serem assim, viabilizados.

No que se refere ao "implementar" do método do HCD foi utilizado:

Desenvolvendo um modelo de receita sustentável.

Identificando Capacidades necessárias para implementar soluções.

Criando um calendário de implementação.

Por ser um projeto de design de produto acadêmico, é evidenciado:

- Detalhar a solução.
- Materiais e processos.
- Construir protótipo para apresentação.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O capítulo trata de um embasamento teórico científico sobre as teorias previamente estudadas, fundamentais para o desenvolvimento do trabalho em questão, além de situar o leitor sobre os estudos realizados.

Figura 5 – Oca da etnia Yawalapiti



Fonte: www.pib.socioambiental.com (2016)

2.1 INTRODUÇÕES À CULTURA DOS POVOS YAWALAPITI

Esse trabalho tem como objetivo específico estudar a tribo Yawalapiti por meio de uma experiência em contexto, compreendendo a cultura por um método mais intimista e Concentrado no Ser Humano (HCD). Assim este tópico apresentará apenas um breve conhecimento sobre os Yawalapiti e algumas de suas características, tanto cultural quanto da estrutura da aldeia.

Os Yawalapiti estão situados no Parque Indígena do Xingu² (Figura 6), no Mato Grosso, na parte sul conhecida como Alto Xingu; segundo dados da Unifes, em 2002, os Yawalapiti contavam com 208 integrantes.

Conforme os indígenas da aldeia, o nome “Yawalapiti” significa “povo dos tucuns”, pois a localização mais antiga situada entre o Posto Diauarum e o Morená, sítio próximo à confluência dos rios Kuluene e

²A criação do Parque, inicialmente, visava a proteção ambiental e das populações indígenas localizadas na área demarcada, uma vez que esta estava subordinada tanto ao órgão indigenista oficial quanto ao ambiental. Com a criação da FUNAI, em 1967 - substituindo o SPI (Serviço de Proteção aos Índios), o Parque voltou-se substancialmente para a preservação da diversidade sócio-cultural nativa, tendo seu nome alterado definitivamente apenas em 1978.

Na metade da década de 1940, os Yawalapiti sofreram uma séria crise, que levou a uma dispersão temporária de sua população entre aldeias Kuikuro, Mehinako e Kamaiurá. Com a chegada dos irmãos Vilas-Boas à região, o povo Yawalapiti encontrou apoio para realizar o projeto de reorganização do grupo e reconstrução de sua própria aldeia.

Entre 1948 e 1950, os Yawalapiti retornaram ao local de onde haviam saído; no início dos anos 1960, por sugestão dos irmãos Vilas-Boas, no início dos anos 1960, transferindo-se então para o local de sua atual aldeia, próximo ao Posto Leonardo³.

Hoje, os Yawalapiti vivem basicamente da agricultura e da pesca. O método da caça é raramente utilizado. A agricultura concentra-se no cultivo da mandioca brava, além de cultivarem milho, banana, algumas espécies de feijão, pimenta, tabaco e urucum. A pesca é uma atividade especificamente masculina, utilizam redes (de procedência não indígena), anzóis, flechas e timbó (cipó cuja seiva asfixia os peixes), em outras épocas o rio era abundante em peixe.

A mandioca é propriedade individual, masculina, assumida tão logo o jovem entra em reclusão, acontece entre 14 e 17 anos, ela é plantada pelos homens, que derrubam, queimam e limpam as roças. Esses direitos de propriedade não se estendem à terra como tal, apenas às plantações de mandioca. As mulheres arrancam as raízes, carregam-nas, ralam-nas e espremem seu suco venenoso.

A cozinha dos produtos da pesca é feita indiferentemente por homens e mulheres, já a manipulação da mandioca depois de plantada é inteiramente feminina. As mulheres são também encarregadas do fornecimento de água na aldeia. Também são elas que fiam o algodão, tecem as redes e as esteiras de espremer mandioca; elas também preparam a pasta de urucum, o óleo de pequi e a tinta de jenipapo, usadas na ornamentação corporal. Os homens fazem os cestos, os instrumentos cerimoniais (flautas e chocalhos), e realizam todos os trabalhos em madeira (bancos, arcos, pilões, pás de virar o beiju, etc.). Os Yawalapiti aproveitam bastante os recursos de sua região.

O idioma Yawalapiti pertence à família Aruak, assim como as línguas Mehinako e Wauja. Atualmente, existem apenas quatro ou cinco indivíduos fluentes em Yawalapiti. Na aldeia as línguas predominantes são as línguas kuikuro (da família Karib) e kamaiurá (da família Tupi-

³O Parque Indígena do Xingu tem quatro Polos principais, assim localizados: Polo Leonardo, no Alto Xingu; Polo Pavuru, no Médio Xingu, Polo Diauarum, no Baixo Xingu e Polo Wawi, no Leste Xingu.

Guarani), por causa dos diversos casamentos entre os Yawalapiti e as outras etnias.

A aldeia Yawalapiti é circular, onde as ocas comunais ficam ao redor de um centro limpo de vestígios das matas. No interior da praça, *Uikúka*, ergue-se a Casa das Flautas, que é frequentada apenas por homens e é destinada a ocultar as flautas sagradas, *Apapálu*, que não podem ser vistas por mulheres. É nesta casa, ou em bancos diante dela, que os homens se reúnem para conversar e onde se pintam para as cerimônias.

Assim, para as reuniões das mulheres da aldeia Yawalapiti sobrava apenas o ar livre, desconfortável para elas e seus filhos, sujeitos ao sol e à chuva. Com isso, responsabilidades que cabem às mulheres na cultura indígena, como passar aos filhos os ensinamentos tradicionais, acabava ficando comprometidas.

Até o meio do ano de 2016, nenhuma tribo indígena do Parque do Xingu possuía um espaço destinado especificamente às mulheres, porém em agosto de 2016, durante o ritual do Kuarup, foi inaugurada a primeira Casa das Mulheres na aldeia dos Yawalapiti, um lugar onde se possam transmitir conhecimentos, resgatando suas tradições, principalmente para futuras gerações, e tomar decisões; será composta pela sala de acervo e museu, para abrigar itens que representam a mulher Yawalapiti e a história de Pirakumã (cacique e pai das idealizadoras do projeto, primeiro cacique que incentivou as mulheres indígenas a terem seu próprio local), e por uma sala de reuniões, onde serão realizadas as oficinas e produzidos os artesanatos; também terá uma cozinha, para fabricação dos beijos e a extração de polvilho.

2.2 A IMPORTÂNCIA DO UNIVERSO LÚDICO COMO PROCESSO DO DESENVOLVIMENTO INFANTIL

“O lúdico tem sua origem na palavra latina “*ludus*”; que significa “jogo”. Se confinado à sua origem, o termo lúdico estaria se referindo apenas ao jogar, ao brincar, ao movimento espontâneo. O lúdico passou a ser reconhecido como traço essencial de psicofisiologia do comportamento humano. De modo que a definição deixou de ser o simples sinônimo de jogo. As implicações da necessidade lúdica extrapolaram as demarcações do brincar espontâneo”. (ALMEIDA, 1995)

Segundo Maria Conceição Lopes (1998)

"A ludicidade é uma condição de ser do humano; é ação e efeito; indica uma qualidade e um estado que não são apenas característicos da infância, mas sim de todas as faixas etárias ao longo da vida. A essência da ludicidade reside nos processos relacionais e interacionais que o Humano protagoniza ao longo da sua existência, atribuindo aos seus comportamentos uma significação lúdica. As manifestações da ludicidade ao emergirem da essência do próprio Humano, elas são o próprio ser que nelas se revela numa diversidade de comportamentos e de objetos, que podemos identificar como distintos, nomeadamente brincar, jogar, recrear, lazer e construir artefatos lúdicos e de criatividade". (LOPES, 1998)

A ludicidade é entendida como mediadora expressiva do conhecimento, uma facilitadora no desenvolvimento da criatividade e da socialização. Neste sentido, evidencia-se a importância deste conceito como uma atividade que beneficia o desenvolvimento motor, intelectual, social e reforça os vínculos afetivos do ser humano, de uma forma natural e necessária.

Uma brincadeira, um jogo ou qualquer outra atividade que permita tentar uma situação de interação pode ser considerado como atividade lúdica. Entretanto a forma como é dirigida e como é vivenciada, e o porquê de estar sendo realizada é o que traz a importância do lúdico. Toda criança que participa de atividades lúdicas, adquire novos conhecimentos e desenvolve habilidades de forma natural e agradável, aprendendo de maneira prazerosa e significativa e ainda está lhe propiciando meios que venham ajudá-la psicologicamente.

Assim, pode-se afirmar que a ludicidade se tornou um conceito elementar para o desenvolvimento humano, nomeadamente, no processo de desenvolvimento infantil. O "brincar" começa a ser reconhecido como um elemento vital, primordial e essencial na vida de um ser humano, é como a criança se constitui como humano em diferentes contextos sociais, a sua cultura e as capacidades intelectuais, criativas, emocionais e valores.

Como ensinou Piaget:

“o jogo não pode ser visto apenas como divertimento ou brincadeira para desgastar energia, pois ele favorece o desenvolvimento físico, cognitivo, afetivo e moral”. (PIAGET, 1967)

De acordo com ele, as atividades lúdicas atingem um caráter educativo, tanto na formação psicomotora, como também na formação da personalidade das crianças. Assim, valores morais como honestidade, fidelidade, perseverança, hombridade, respeito ao social e aos outros, são valores adquiridos, além de reconhecer que é brincando que a criança conhece a si e ao mundo.

Os valores sociais são princípios que guiam e orientam as relações humanas nas motivações de atitudes de convívio com a sociedade. A aquisição de valores é um processo contínuo e inerente ao desenvolvimento e à evolução do ser humano, segundo Branco, Maciel e Queiroz (2006). De acordo com Rokeach (1973 apud Lins, 2010), os valores são crenças hierárquicas prescritivas baseadas nas necessidades individuais, que foram interiorizadas pelo indivíduo por meio da socialização, e que indicam o que é adequado ou não realizar em determinada situação.

"Os valores são hábitos e atitudes que são aprendidas na infância. Os hábitos podem ser conceituados como ações que se repetem com frequência e são disposições adquiridas na infância, enquanto as atitudes são definidas como avaliações com valor favorável ou desfavorável em relação a algo ou alguma coisa". (RODRIGUES, 1999)

Dessa forma, os valores são como instrumentos de regulação da ação. Para Piaget (1967), o lúdico na aprendizagem proporcionará à criança estabelecer relações cognitivas às experiências vivenciadas, bem como relacioná-las às demais produções culturais e simbólicas conforme procedimentos metodológicos compatíveis a essa prática.

Segundo Nunes (1995), a ludicidade é uma atividade que tem valor educacional, mas além desse valor, que lhe é inerente, ela tem sido utilizada como recurso pedagógico. Segundo Teixeira (1995 apud NUNES), várias são as razões que levam os educadores a recorrer às

atividades lúdicas e a utilizá-las como um recurso no processo de ensino-aprendizagem:

- As atividades lúdicas correspondem a um impulso natural da criança, e neste sentido, satisfazem uma necessidade interior, pois o ser humano apresenta uma tendência lúdica.

- O lúdico apresenta dois elementos que o caracterizam: o prazer e o esforço espontâneo. O lúdico é considerado prazeroso, devido à sua capacidade de absorver o indivíduo de forma intensa e total, criando um clima de entusiasmo. É este aspecto de envolvimento emocional que o torna uma atividade com forte teor motivacional, capaz de gerar um estado de vibração e euforia. Em virtude desta atmosfera de prazer dentro da qual se desenrola, a ludicidade é portadora de um interesse intrínseco, canalizando as energias no sentido de um esforço total para consecução de seu objetivo. Portanto, as atividades lúdicas são excitantes, mas também requerem um esforço voluntário.

- As situações lúdicas mobilizam esquemas mentais. Sendo uma atividade física e mental, a ludicidade aciona e ativa as funções psiconeurológicas e as operações mentais, estimulando o pensamento. Em geral, o elemento que separa um jogo pedagógico de outro de caráter apenas lúdico é este: o jogo pedagógico se desenvolve com a intenção de provocar aprendizagem significativa, estimular a construção de novo conhecimento e principalmente despertar o desenvolvimento de uma habilidade operatória, ou seja, o desenvolvimento de uma aptidão ou capacidade cognitiva e apreciativa específica que possibilita a compreensão e a intervenção do indivíduo nos fenômenos sociais e culturais e que o ajude a construir conexões (NUNES, 1995).

2.3 DESIGN PARA O PÚBLICO INFANTIL

A palavra “Design” vem do latim, do verbo “designare”, ou seja, “etimologicamente a palavra design significa algo como designar” (FLUSSER, 2007).

“O Design é uma atividade projetual desenvolvida a partir de um processo contínuo de tomada de decisões tendo como ponto de partida um problema a ser resolvido. É um campo que abrange uma gama de subáreas onde o trabalho se torna mais ou menos complexo de acordo com o produto a ser desenvolvido. O processo de design

é tanto um processo criativo como um processo de soluções de problemas”. (LÖBACH, 2001)

Segundo Bezerra (2008), o ato de criação é uma habilidade cognitiva complexa utilizada para a obtenção de novos conceitos para os produtos. Vai além do desenho exposto em um papel, pois começa anterior a essa ação, com a reunião e reflexão sobre uma série de informações. Isso infere o reconhecimento de características do público para quem se deseja projetar algo, bem como relações do futuro produto com o contexto de utilização do mesmo.

2.3.1. Os valores do Design na concepção de produtos lúdico para o público infantil.

"O produto vai além do desenho"(Bezerra, 2008). Pode-se então afirmar que o produto agrega mais de um valor em sua concepção. Esse trabalho evidencia os valores Estético, Funcional, Simbólico e Ético.

2.3.1.1 Valor Estético/Formal

"Os produtos industriais, assim como todas as demais manifestações materiais de nosso entorno, podem ser contemplados como portadores de valores estéticos. É importante mencionar que o produto industrial atua como portador de valores. Entretanto, o valor, como categoria, existe fora do portador de valor, na consciência individual ou coletiva dos homens, e todos os produtos estão marcados com estes valores. A condição para a formação do conceito de valor é a aparência estética dos produtos”. (Löbach, 2001)

Afirmar-se, então, que o valor estético-formal se refere à importância dada pelo consumidor aos atributos estéticos do produto, como a forma, a cor, o material, entre outros, identificados no processo de percepção estética do produto. Löbach (2001) ressalta que tais valores estéticos não são estáveis, pois variam ao longo do tempo além de ser específico de cada organização social.

De acordo com Löbach (2001), a função estética dos produtos industriais tem importância primordial para a formação do valor estético, determinado também pelas demais funções do produto. Contudo, a função estética dos produtos industriais é a força que potência a criação do valor estético. O valor estético é, então, a medida

do prazer estético proporcionado pela aparência visual do produto industrial para o usuário.

Nesse quesito, conforme defende Bernhard Bürdek (2006), a função estética atua positivamente ou negativamente, sobre o usuário, provocando um sentimento de aceitação, rejeição ou neutralidade perante o produto.

Para Löbach (2001) a configuração de produtos industriais significa dotar os produtos de funções estéticas, atendendo à percepção multissensorial do usuário, porque são ativados todos os sentidos do homem de forma global, sendo raramente possível uma percepção unidimensional.

Assim, os elementos sensoriais são descritos como portadores da informação estética de um produto. Considerando que esse trabalho é dirigido para um público infantil. Serão abordados, a seguir, os elementos mais significativos para a temática, enfatizando o que gera mais valor em relação a esses usuários.

2.3.1.1.1 Forma

“As formas familiares – quadrado, círculo e triângulo – juntamente com os seus derivados tridimensionais – cubo, esfera e pirâmide – estão subjacentes a todas as estruturas que vemos em nosso redor. Poucas são as coisas que não se reduzem ou estão visualmente relacionadas com algum tipo de forma primária. (...). É importante compreender a importância que estas formas-chave têm na percepção do observador. Tal compreensão permitirá ao designer organizar, de forma segura, a forma e o conteúdo de um projeto para transmitir uma mensagem visual”. (Gordon, Maggie e Bob, 2003).

Verifica-se que essa forma não existe por si só, mas sim como um elemento que, entre outros, caracteriza um objeto. Conforme Bernd Löbach (2001) faz notar:

“O conceito central da estética do objeto é o da forma, onde está aparece como conceito superior para a aparência global de um objeto estético, como também para um produto industrial. A forma do produto industrial é a soma dos

elementos da configuração e relações recíprocas que se estabelecem entre os elementos”.

Compreende-se, então, que a cor, o material, a superfície, a dimensão, entre outros quesitos, são igualmente elementos básicos e estruturais que contribuem para a identificação mais imediata da forma, existindo uma relação direta com o objeto observado. Uma vez que tudo o que é visível possui uma forma, ocupa um espaço, contém volumetria, cor e textura.

Tendo como princípio a temática do trabalho, evidencia-se o papel fundamental exercido pelos elementos representativos que, pela visão da graduanda, são determinantes na forma de um produto lúdico dirigido ao público infantil.

2.3.1.1.2 Cor

A cor é um dos elementos visuais cruciais devido à quantidade de informações que transmite, como Javier Mariscal (2000) se refere “ela ordena, diferencia e acima de tudo comunica, porque tudo está tingido de cor, inclusive os sentimentos”.

Segundo Bruno Munari (1968) o profissional de design deve utilizar a cor como foco no desenvolvimento do produto, levando em consideração a relação entre a cor e a matéria, as variações de iluminação e o impacto psicológico que poderá exercer nos futuros usuários, assim como a sua integração em determinados ambientes.

Neste quesito, os autores Maggie e Bob Gordon (2003), acrescentam “a cor” como sendo reflexo do cotidiano e da experiência humana, o designer é motivado por uma linguagem poderosa e eficaz na transmissão de emoções e significados. Segundo os autores, para se utilizar emotivamente a cor em um projeto de design, é essencial compreender bem o conteúdo da mensagem que será exposto e o público a que se destina, de modo a que a escolha das cores seja adequada, além de eficaz.

Pode-se afirmar, mesmo que as cores, para determinados produtos, não sejam responsáveis pela compra, elas serão uma parte importante do processo, detendo o poder de captar rápida e emotivamente a atenção do usuário. Dessa forma, o estudo das cores é importante para o processo de criação do produto. Sendo que, a escolha incorreta de cores pode prejudicar a aceitação de determinado produto, ocasionada pela incompreensão do conteúdo da mensagem a veicular e o público ao qual a mesma se destina.

É neste contexto, reconhecendo que as cores são responsáveis pelos estímulos que despertam sensações nos usuários dos produtos, que se dá importância ao seu estudo quando destinadas aos produtos lúdicos para crianças.

Cordas (2008) afirma que as cores aplicadas nos produtos lúdico para crianças sensibilizam o imaginário infantil conquistando os mais pequenos, injetando nos produtos um fator importante ao sucesso de seus produtores.

“Evidencia-se a importância deste elemento visual, para as crianças, uma vez que o uso da cor tem uma ligação direta no seu processo de desenvolvimento. Particularmente a utilização de matrizes vivas e brilhantes que, por sua vez, captam melhor a atenção deste tipo de público. Isto ocorre, antes de tudo, porque os estímulos decorrentes da presença de formas coloridas contribuem de forma notável para o desenvolvimento das habilidades motoras e intelectuais das crianças, bem como para a sua interação social e equilíbrio afetivo”. Cordas (2008)

Cordas (2008), também registra a importância das cores no processo de desenvolvimento infantil, como o impacto que as mesmas exercem sobre o seu comportamento. Assim, a ampliação da expressividade na comunicação dos produtos deve optar por uma combinação harmoniosa de cores, que transmitam informação, visibilidade, estímulo e audácia aos produtos. Além de ser necessário que o produto seja projetado de forma que permita às crianças exercitarem seu espírito criativo, intervindo no ambiente de forma autônoma, fornecendo-lhes assim uma variedade de possibilidades, nas quais elas possam encontrar respostas nas diferentes fases do seu processo de desenvolvimento.

Conclui-se, a cor quando aplicada em produtos lúdicos para o público infantil, deve estabelecer uma harmonia cromática, condição resultante da seleção de cores e da sua ordem no campo visual. As mesmas devem ser selecionadas de forma criteriosa e harmoniosa, considerando a eficiência da sua comunicação e, igualmente, a sua capacidade em realçar as formas do produto. Assim, contribuindo para a estimulação sensorial, da criança, enriquecendo, deste modo, as suas experiências com o produto.

2.3.1.2 Valor Funcional

Em seu livro Löbach (2001) ressalta que além da percepção visual existe o valor prático-funcional - denominação criada pelo autor, no que diz respeito ao valor funcional – esclarece que esse valor reside na utilidade das qualidades formais dos produtos com o foco somente na solução da necessidade operativa, privada de elementos visuais de natureza estético-formal. O valor estético-formal é quando a forma dos objetos de uso não é colocada como meta, mas como utilidade. Neste sentido, o autor afirma que a valorização da forma se antepõe a valorização da função.

"Embora a funcionalidade costume estar fundamentalmente associada ao design contemporâneo, ela é na verdade tão antiga quanto o primeiro recipiente para água criado pelo homem. É uma metodologia do design estreitamente ligada à regra da utilidade e à consideração de ordem econômica". (DonisDondis, 2003)

Löbach (2001) explica que “são funções do produto todos os aspectos fisiológicos do uso”. Esta função pragmática dos produtos industriais, baseada na satisfação de necessidades físicas, como se disse, tem uma importância elementar para a formação do valor funcional e torna-se consciente pela percepção conduzida por interesses.

Bernd Löbach considera que a visualização da função prática dos produtos esclarece, particularmente, o modo como a forma do produto pode explicar a sua funcionalidade. Sendo que no estudo dessa função, estão compreendidas as relações entre o produto e a sua funcionalidade procurando interpretar-se aquilo que o produto representa.

Complementando, Bürdek (2001) ressalta que as funções pragmáticas interferem com os determinantes histórico-tecnológicos, que implicam possíveis transformações a serem incorporadas na forma do produto em função das especificidades dos diferentes processos tecnológicos, inerentes ao momento e ao ambiente que estão situados.

Löbach (2001) evidencia que os produtos industriais que têm uma configuração simplesmente funcional possuem poucos aspectos sintonizados com o mundo intelectual do homem. Uma vez que, também como refere o autor, tais produtos são normalmente insípidos e

impessoais com os quais o usuário não consegue desenvolver qualquer tipo de relação emocional. A sua aparência é, igualmente, desprovida de informação, sendo por isso, produtos rapidamente apreendidos e que despertam pouco interesse por parte do observador, acabando por se tornarem insípidos.

Dessa forma, evidencia-se que esses produtos possuem atributos mínimos, no que diz respeito, à função estética e simbólica pelas quais possam ser satisfeitas as necessidades psíquicas do homem.

Segundo Cordas (2008), é necessário estabelecer que a função prática de um produto industrial, não exclua, consciente ou inconscientemente, a função estética, pois cada vez mais os consumidores procuram objetos com os quais possam relacionar-se emocionalmente e, ao mesmo tempo, objetos que respondam às suas necessidades humanas. Nesse sentido, os produtos devem aliar os atributos estético-formais da sua configuração, ou seja, a sua forma, às características funcionais, visando uma relação harmoniosa entre ambos, na perspectiva de transparecer de forma clara, a função a que se propõe o objeto projetado.

2.3.1.3 Valor Simbólico

No valor simbólico, o produto estimula ligações com experiências e sensações anteriores do usuário. Löbach (2001) já dizia que "a função simbólica deriva dos aspectos estéticos dos produtos", pois é mediante a percepção estética que se associam e se manifestam ideias com outros âmbitos da vida. Portanto, a função simbólica está interligada aos aspectos estéticos, porque se torna perceptível por meio dos mesmos elementos, como forma, cores.

“A venda de histórias em torno dos produtos é cada vez mais importante neste contexto. Hoje, (...) O jogo semântico tem um papel muito mais importante do que as simples capacidades objetivas do produto”.

(UdoKoppelman, 1998)

Kooppelmann (1998) observa, no contexto da sociedade contemporânea que a compra já não se encontra apenas vinculada ao fator físico do produto, mas está ligada também aos fatores estéticos e simbólicos. As sequências das transformações e exigências dos consumidores, assim como da necessidade em se diferenciar da

concorrência, têm levado as empresas da atualidade a apresentarem novos conceitos de produtos ou serviço. Na sociedade vigente existe um consumo mais subjetivo e significativo do que um consumo material e sem qualquer significado.

Pode-se definir que o valor simbólico é caracterizado pela identificação do produto com o contexto sociocultural do qual o consumidor faz parte. Entretanto, em conformidade com os valores estético-formal e funcional, isso ocorre por meio da função simbólica do produto. É neste contexto que Löbach (2001) assinala que, a função simbólica assume uma importância vital para a formação do valor simbólico do objeto industrial.

Para Löbach, “um objeto tem função simbólica quando a espiritualidade do homem é estimulada pela percepção deste objeto, ao estabelecer ligações com as suas experiências e sensações anteriores”. Löbach reconhece que a função simbólica dos produtos é demarcada por todos os aspectos espirituais, psíquicos e sociais de uso. Pode-se, então, refletir que os produtos industriais dotados de funções práticas possuem de modo inerente, como citado anteriormente, dimensões simbólicas, induzidas em grande parte pelas características estéticas da sua configuração.

“Estas se manifestam por meio de elementos estéticos, como a forma, a cor, o material, entre outros elementos. Assim sendo, pela associação desses elementos na percepção do produto, passa a ser evidente a sua função simbólica”. (Löbach, 2001)

Neste âmbito o autor refere ainda que a função simbólica dos produtos industriais só será efetiva se for baseada na aparência percebida sensorialmente e na capacidade mental de associações de ideias. O designer torna-se o profissional responsável por harmonizar os atributos estéticos do produto de modo a suscitar a sensação simbólica no usuário.

Brougère (1995), também, afirma que o único uso do brinquedo que se pode determinar como função é a atividade por ele exercida, a lúdica. Entretanto, esta afirmação remete, novamente, à função indefinida do brinquedo, já que, segundo o autor, “a brincadeira escapa de qualquer função precisa e é, sem dúvida, esse fato que a definiu, tradicionalmente, em torno das ideias de gratuidade e até de futilidade”.

Deste modo, convém registrar, que a atividade lúdica, assim como o brinquedo, proporciona à criança liberdade de ação e imaginação, para que ela mesma possa atribuir algum significado e assim definir uma determinada função ao produto. Isto significa que, por intermédio do lúdico, a criança encontra o equilíbrio entre o real e o imaginário.

Sendo reconhecido o papel fundamental exercido durante os momentos lúdicos, é de grande importância a estimulação da fantasia pelos produtos lúdicos dirigidos ao público infantil. Entretanto, é importante destacar que, quando tal não acontece, resulta em um desinteresse do usuário ao objeto. Diversas pesquisas demonstram que as crianças, normalmente, encontram nos objetos mais simples o suporte que procuram.

Neste contexto, os produtos do nosso cotidiano podem ganhar vida e transformar-se em representações infantis. Um exemplo disso é a relação dos indígenas com os brinquedos, pois muitas vezes são "apenas" um sabugo de milho na aparência, mas enquanto brinquedo representa, um herói mítico, um índio, ou outra criação da sua fantasia.

2.3.2 Design Sustentável

Além dos valores citados por Lobach (2001) em seu livro, o estético, o funcional e o simbólico também se devem considerar para o desenvolvimento de um produto o design sustentável.

Hoje, os quesitos de sustentabilidades são essenciais para um projeto de produto. Segundo Manzini (2006):

"Para lidar com a prática do Design somos hoje confrontados com a questão da sustentabilidade do Planeta. Nesse sentido, considerando que atualmente a grande parte dos produtos não é ecologicamente sustentável, precisamos entender como o design de produto pode atuar para contribuir com a sustentabilidade. Se, por um lado, estamos falando do conhecimento que se materializa num produto, por outro estamos falando de um produto cujas qualidades podem ser ampliadas e valorizadas em direção aos resultados que esperamos alcançar com nossos projetos".

O *Ecodesign*, primeiramente definido por Joseph Fiksel, participa de um processo que como objetivo tornar a economia mais "leve",

também chamada de "ecoconcepção"; uma abordagem que consiste em reduzir os impactos de um produto, e ao mesmo tempo em que conserva sua qualidade de uso, para melhorar a qualidade de vida dos atuais usuários e dos futuros.

"Dentro dessa abordagem, meio ambiente é tão importante quanto a exequibilidade técnica, o controle dos custos e a demandado mercado". (KAZAZIAN,2005)

Ainda segundo Thierry Kazazian (2005), o ecodesign é uma abordagem global que exige uma maneira de conceber. Primeiro prevendo o futuro do produto para reduzir o impacto ambiental para todo o ciclo de vida. Em seguida, considera-se o produto como um sistema constituído tanto por componentes quanto por consumíveis, como, peça para troca, embalagens, cujo impacto pode às vezes ser maior que o produto em si. Também, indica para a estratégia de emissão zero, a do fluxo fechado, a mesma usada no conceito do berço-a-berço, cradle-to-cradle de William McDonough e Michael Braungart, onde a empresa controla a totalidade do ciclo de vida do produto.

"O planejamento berço-a-berço, oferece um arcabouço onde os ciclos efetivos e regenerativos da natureza proporcionam modelos para projetos humanos totalmente positivos. Dentro dessa estrutura podemos criar economias que purificam o ar, terra e água; que dependem da receita solar e não geram nenhum resíduo tóxico; que utilizam materiais seguros e saudáveis, reabastecendo o planeta e sendo eternamente reciclados, e que geram benefícios que realçam toda a forma de vida". (BRAUNGART, MCDONOUGH, 2010)

Conclui-se, que na geração de um produto para criança deve-se cuidar de um planejamento ecoeficiente, pensando nas crianças de hoje e nas do futuro. Reconhecendo que tais valores, estético, funcional, simbólico combinado com o design sustentável, encontram-se simultaneamente nos produtos e garantindo maior eficiência ao produto e, naturalmente, satisfazendo as necessidades do usuário. Concluindo, esses valores devem ser harmonizados pelo designer durante o processo de criação do produto, para que o mesmo retenha uma dimensão de comunicação que o diferencie dos produtos encontrados no dia-a-dia.

2.3.3 Ergonomia e Antropometria

O design não é uma disciplina isolada, necessita-se recorrer a várias ciências. A ergonomia é uma delas e tem por objetivo estudar parâmetros relacionados com a melhoria do bem-estar humano, tornando-se de extrema importância no desenvolvimento de produto, em especial quando direcionado ao público infantil, levando em conta seu crescimento, desenvolvimento e principalmente os aspectos de segurança.

A ergonomia enquanto ciência estuda a atividade do homem, neste caso específico a criança, como utilizador de produtos, exemplo de estudo demonstrado na figura 7.

Figura 5 - Estudo Ergnômico

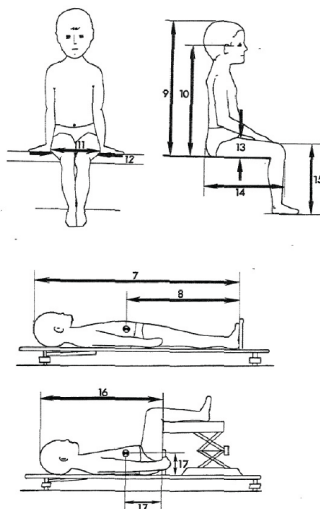


Figure 23 (continued) Standing and Sitting Measurement Illustrations

Fonte: Anthropometry of Infants, Children and Youths to age 18 for Product Safety (1977)

A ergonomia visa melhorar, de forma significativa, a qualidade dos produtos e/ou serviços de forma integrada: a saúde, a segurança e bem-estar das crianças. Partindo desta observação compreende-se, hoje em dia, que aos produtos destinados ao público infantil devem ser aplicados os princípios ergonômicos na sua concepção, apresentando a

sua forma e dimensão totalmente adaptáveis às dimensões do corpo da criança, auxiliando a relação entre usuário e objeto. Como no livro Playthings (2008) está citado:

"O desenvolvimento de um produto é um processo multidisciplinar que implica conhecimentos que têm necessariamente de serem integrados, para um bom resultado. Especialmente no design para crianças, garantir a sua proteção e segurança é fundamental. A segurança é o fator mais importante nas considerações de design e espaços infantis. Um ambiente seguro inclui: equipamento feito de materiais não tóxicos, assim como a madeira, estantes estáveis e objetos fixos com esquinas arredondadas. Para além destas, a fácil limpeza e manutenção são outras características a se ter em conta, pois as crianças tendem muitas vezes a brincar, comer e até dormir no mesmo local". (PLAYTHINGS,2008)

Pode-se, então, afirmar que a ergonomia se tornou no contexto da sociedade contemporânea, um conceito de grande importância para o design de produtos infantis. Uma vez que, com base nas informações desta ciência, o designer torna-se capaz de pensar e produzir produtos de fácil, segura e correta utilização, favorecendo, deste modo, a relação direta criança-brinquedo.

A ergonomia se utiliza bastante antropometria, uma ciência que estuda as relações anatômicas. Consiste no estudo dos valores métricos globais e parcelares do corpo humano, das suas inter-relações e, por sua vez, da amplitude dos seus movimentos, dispõe por isso de informações imprescindíveis ao desenvolvimento dos estudos da ergonomia. Panero e Zelnik (2001) reconhecem, a ergonomia como vital para um projeto de design destinado a este tipo de público – o infantil, no qual se torna fundamental relacionar os dados básicos da antropometria às necessidades específicas do designer. Com uma perspectiva de conseguir dar resposta à multiplicidade de questões e desafios que se impõem na interação usuário/produto infantil, minimizando assim os efeitos de uma relação imprópria entre o brinquedo e a criança que, por sua vez, pode ter grande influência e impacto, não só a nível de conforto, mas também de segurança.

Ainda no âmbito deste tema, Panero e Zelnik (2001) fazem referência a alguns exemplos atuais, que mostram como a falta de

sensibilidade em relação às dimensões humanas, no projeto de vários produtos para crianças, pode ocasionar não apenas desconforto ao usuário, mas também, em alguns casos, lesões corporais e até mesmo a morte. De acordo com os autores, a maior parte desses acidentes seria evitada se os equipamentos fossem baseados em critérios ergonômicos adequados, com destaque para os dados antropométricos específicos desse público de usuários.

"No âmbito desta reflexão e, uma vez que as dimensões corporais dos indivíduos variam em grande escala dentro de qualquer grupo populacional, torna-se indispensável que os estudos antropométricos sejam adequados ao usuário do espaço ou do equipamento a ser projetado. Neste sentido, fica evidente a necessidade de se definir com exatidão a natureza das características físicas e socioculturais dos usuários ao qual se destina o projeto". (Panero e Zelnik, 2001)

Portanto a distribuição estatística das dimensões corporais é de extrema importância para o designer no sentido de estabelecer padrões e, também, nos momentos de tomada de decisões durante o processo de design. As informações antropométricas são a base para o correto dimensionamento dos produtos que visa uma a qualidade, assim como conforto e segurança para o usuário.

2.4 O BRINQUEDO

O brinquedo é uma das principais formas de brincar do ser humano. No início de seu desenvolvimento e descoberta, ao receber um brinquedo, a criança cria um mundo mágico. Isso faz com que floresça uma autodescoberta e uma vivência da própria criança, desbravando limites e possibilidades do seu espaço através das brincadeiras, fazendo que assim comece seu primeiro contato de interação com a sociedade em que se vive.

"O desenvolvimento infantil é influenciado por fatores internos ou externos, todavia entende-se que um ambiente estimulante contribua positivamente para a saúde da criança. Assim, essa etapa da vida, observa-se que os brinquedos

são potenciais colaboradores para a atividade do brincar. Constata-se que para cada etapa da vida da criança pode se relacionar brinquedos que mais se aproximem com as necessidades do seu desenvolvimento". (SANTOS, 2006)

Kishimoto (1999) menciona que ao se permitir a ação intencional, a afetividade, a construção de representações mentais, a cognição, a manipulação de objetos e o desempenho de ações sensório-motoras, físico, e as trocas nas interações sociais, o jogo e o brinquedo educativo contemplam várias formas de representação da criança contribuindo para sua aprendizagem e desenvolvimento.

Assim, ele, Kishimoto (1999), também acrescenta que o brinquedo educativo pode ser analisado quanto à sua função sob a perspectiva lúdica ou educativa. Quanto à função lúdica, o brinquedo propicia diversão, prazer e até desprazer, quando escolhido voluntariamente. Pela função educativa, o brinquedo ensina qualquer coisa que complete o indivíduo em seu saber, seus conhecimentos e sua apreensão do mundo.

Segundo Brougère (1995), o brinquedo é um universo espelhado que produz, por modificação, transformações imaginárias. A criança, portanto, ao manipular brinquedos também está manipulando significações culturais. A cultura assimilada pela criança passa, entre outras coisas, pela confrontação com imagens, com representações, com formas diversas e variadas. É na infância que isto acontece.

O brinquedo é uma dessas fontes, que trazem à criança um suporte de ação, de atividade lúdica, de formas, imagens e símbolos para serem manipulados.

Pode-se afirmar que os brinquedos assumem vital importância, do ponto de vista cultural e social, para o desenvolvimento e a educação da criança por propiciar o desenvolvimento simbólico, estimular sua imaginação, sua capacidade de raciocínio, a imaginação e a sociabilidade da criança, melhorando o seu relacionamento com o mundo.

Segundo Kishimoto (1996) os brinquedos devem ser comprados de acordo com a idade, a capacidade e a área de interesse da criança. O mesmo classifica os brinquedos como representado na tabela 1.

Tabela 1 – Classificação de Brinquedos por Kishimoto

CLASSIFICAÇÃO DE BRINQUEDOS



DE BERÇO

móbiles, chocalhos, bichinhos de vinil, brinquedos para olhar, ouvir, pegar e morder são valiosos para a estimulação sensorial e motora da criança.



FAZ DE CONTA

funcionam com elementos introdutórios e de apoio à fantasia, aumentam o repertório de conhecimento da criança, favorecem a compreensão de atribuições e de papéis.



PEDAGÓGICO

Fabricados com o objetivo de proporcionar determinadas aprendizagens tais como: cores, formas geométricas, números, letras, etc.



CONSTRUÇÃO

servem para enriquecer a experiência social, estimulando a criatividade e desenvolvendo habilidade na criança.



TRADICIONAIS

Afilados ao folclore enquanto manifestações livres e espontâneas da cultura popular, a brincadeira tradicional tem a função de perpetuar a cultura infantil, desenvolver formas de convivências sociais e permitir o prazer de brincar.

Fonte: Desenvolvido pela autora

Conclui-se, portanto, que os brinquedos permitem às crianças se divertirem enquanto as ensinam sobre um determinado assunto. Brinquedos facilitam e agem favoravelmente sobre o desenvolvimento da vida social da criança e são benéficos ao seu desenvolvimento mental e emocional.

3. DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

Este capítulo trata do projeto de desenvolvimento do produto lúdico para crianças, contendo as etapas do Design Centrado no Ser Humano (HCD. 2001).

3.1 O PROCESSO HCD - H - HEAR - OUVIR.

Nessa sessão são relatados os resultados da primeira etapa da metodologia do HCD, onde, após as pesquisas em bibliografias sobre o tema do projeto inicia-se a etapa de entender as necessidades e expectativas por parte das pessoas influentes ao projeto, uma pesquisa feita mais presente e concreta.

Por ser uma etapa extensa de informação, foi feito um esquema, Figura 8, demonstrando de forma organizada o desenvolvimento do processo do “Ouvir”, com a finalidade de auxiliar na dinâmica da leitura deste projeto.

Figura 6 - Etapas de ouvir



Fonte: Desenvolvido pela autora.

3.1.1 Identificação do Desafio Estratégico

A primeira etapa do "Ouvir", dentro da ferramenta do HCD, é a Identificação de um desafio estratégico. Esse desafio serve de orientação para auxiliar na elaboração das perguntas feitas durante as pesquisas de campo e posteriormente as soluções que serão desenvolvidas. Assim, a ferramenta instrui que o desafio estratégico deve ser "expresso por frases que tragam um senso de possibilidades".

O desafio estratégico elaborado para da pesquisa em questão foi de "Criar um produto que evidencie a cultura indígena por meio de um brinquedo lúdico direcionado ao público infantil, resultando em despertar de interesse nas crianças do valor dessa cultura".

Assim, possibilitando a graduanda a prosseguir em sua pesquisa pelo método do HCD.

3.1.2 Avaliação do conhecimento preexistente

Tendo definido o desafio estratégico e feitas as pesquisas bibliográficas apresentadas anteriormente, parte-se para a etapa de "Avaliação do conhecimento preexistente". Nessa etapa identificam-se os conhecimentos adquiridos, até esse ponto da pesquisa, que auxiliam a alcançar o objetivo desejado, podendo assim, ser identificado o que falta serem pesquisadas, observadas e entrevistadas, pessoas e ambientes, para que o desafio seja concluído.

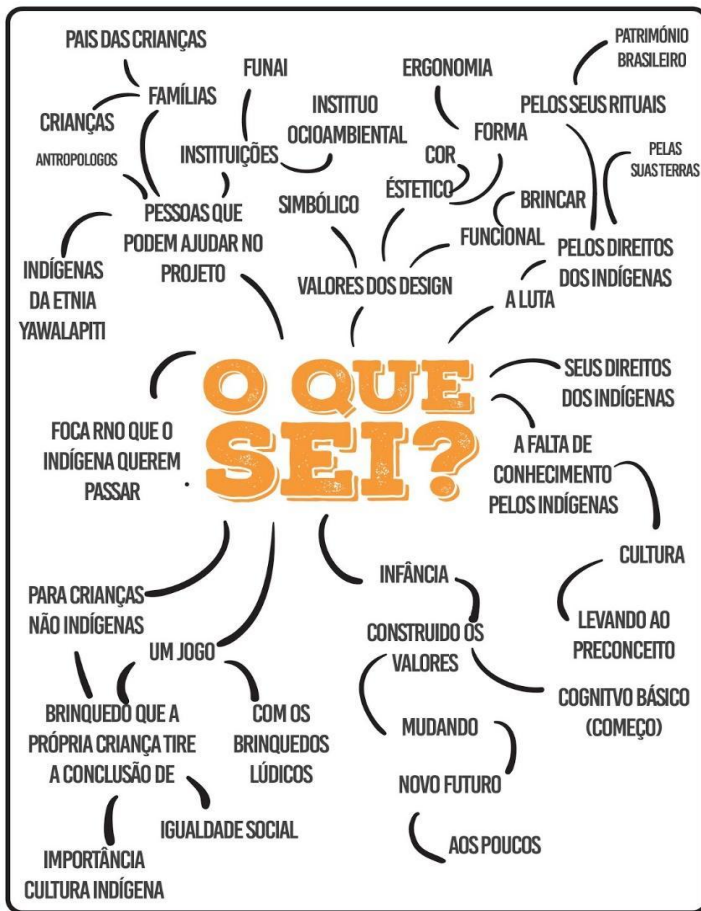
Nessa fase também são identificadas as questões sobre "o que se sabe", Figura 9, sobre o desafio e dessa análise observa-se o que "não se sabe", figura 10, sobre o tema e o como chegar ao desafio estratégico. Identificando, por exemplo, "onde estão as maiores necessidades de pesquisa?", "como a estratégia de recrutamento deve ser desenhada?" e "que categorias poderão estruturar o guia de discussão?".

A ferramenta sugerida nessa etapa é uma dinâmica realizada em equipe por meio de post-its, onde cada uma escreve seus conhecimentos. Sendo este, um projeto individual foi usado a ferramenta criada por Tony Buzan chamada de Mapas Mentais.

O Mapa Mental é uma ferramenta adotada para melhor definir, no primeiro momento, o que se pretende fazer. A partir dela podem ser estabelecidos fluxos de informação e organização de ideias, "possibilitando ao designer explorar rapidamente o escopo de um dado problema, tópico ou assunto". (LUPTON, 2011)

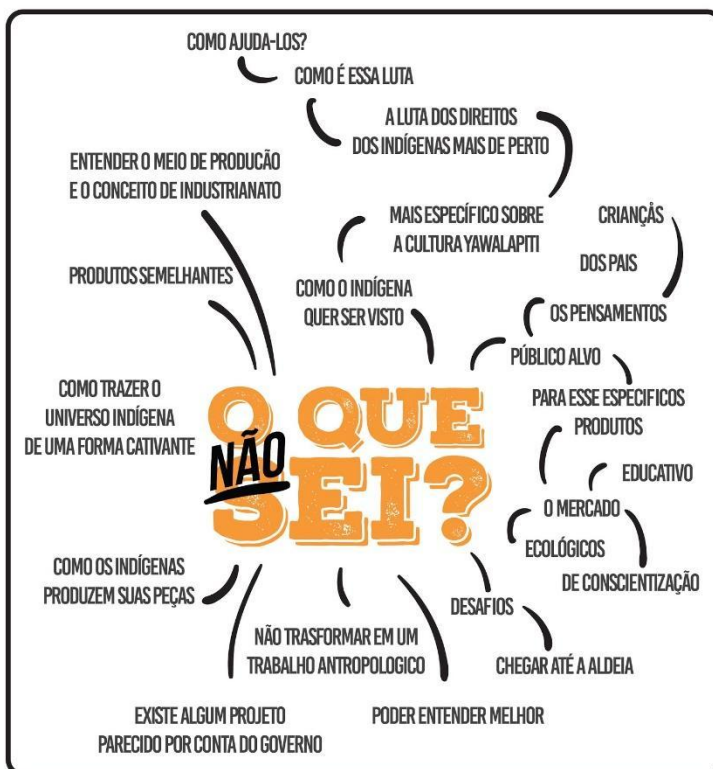
Tony Buzan define mapa mental como uma ferramenta que organiza as ideias por meio de palavras-chave, cores e imagens em uma estrutura em que estas se irradiam de um tema central. Os desenhos de mapas mentais favorecem o aprendizado e, conseqüentemente, melhoram a produtividade.

Figura 9 – Brainstorm do “O que sei?”.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 7 – Brainstorm do "O que não sei?"



Fonte: Desenvolvido pela autora

Analisando os mapas mentais sobre o que "se sabe" e sobre o que "não se sabe", ficam evidentes os pontos que devem ser pesquisados, procurados e observados nas próximas etapas do projeto. Identificou-se que além da imersão para compreender melhor a realidade dos indígenas é de extrema importância que a autora foque, também, em seu público alvo, as crianças, conversando com os pais, lojas infantis e com as próprias crianças.

3.1.3 Identifique pessoas com quem conversar

Com a análise dos mapas mentais permite-se reconhecer as pessoas às quais irá entrevistar ou apenas observar. Importante registrar que nessa pesquisa há dois pontos principais para quem é: direcionado o produto e o tema que esse produto irá abordar.

Nesse quesito, foram identificados pessoas e grupos dos dois assuntos a serem investigados com o objetivo de orientar a acadêmica ao melhor desenvolvimento do produto.

O produto será direcionado para o público infantil, assim, foram identificadas pessoas que influenciam as crianças durante o dia-a-dia: pais.

A pesquisa com os pais permite identificar o que eles procuram durante o processo de compra de produtos infantis; além de compreender como é a "rotina" dessas crianças.

Com o intuito de inserir o produto no mercado, também é visível a importância da entrevista com pessoas que estão no mercado infantil voltado para brinquedos educativos, possibilitando, assim, compreender os interesses por tais produtos.

O produto final, além de ser um brinquedo direcionado ao público infantil, terá um tema como foco. A intenção é a de criar um produto com um olhar mais aproximado sobre tal assunto. Portanto procurou-se entender como as crianças identificam hoje os indígenas, conversando com elas mesmas.

Sobre o tema em questão, identificaram-se pessoas que estão imersas nesse tema, os próprios indígenas.

3.1.4 Escolha dos métodos de pesquisa

Foram escolhidos cinco dos sete métodos abordados dentro das ferramentas de HCD, as “Entrevistas Individuais”, a “Imersão em contexto” juntamente com “Descoberta guiada pela comunidade”, “Auto documentação” e “Entrevistas com Especialistas”, além de também ser aplicado um questionário online.

"Entrevistas individuais são críticas para a maioria das pesquisas em design, pois proporcionam um mergulho profundo e rico em comportamentos, razões e vida das pessoas". (HCD, 2001)

O produto tem o objetivo de ser um objeto educacional para as crianças, entrevistas individuais foram, também, aplicadas com proprietários de lojas de brinquedos alternativos focados em produtos educativos e ecológicos visando entender o mercado desses produtos e reconhecer o desejo do consumidor.

A entrevista individual com especialistas traz elementos e informações em profundidade. Será entrevistada Anna Terra, indígena da etnia Yawalapiti, que conhece profundamente sua cultura, os seus símbolos e valores. Uma entrevista que auxiliou a autora a compreender melhor a tribo dos Yawalapiti antes de sua imersão em contexto.

Segundo as ferramentas do HCD, visitar as pessoas onde vivem, trabalham, socializam e mergulhar no contexto das mesmas, imersão em contexto, pode revelar novos insights e oportunidades inesperadas, entendendo não apenas de forma intelectual, mas também experiencial.

Foi realizada uma visita à tribo Yawalapiti, com o objetivo de assimilar sobre sua cultura, sua rotina e compreender como os indígenas desejam ser reconhecidos pelos não indígenas e os aspectos de sua cultura que gostariam de apresentar.

Além disso, através do conhecimento íntimo que possuem da comunidade, esses parceiros de pesquisa podem ajudar a interpretar o significado e as motivações por detrás das declarações dos outros participantes.

Com o intuito de entender os pensamentos das crianças, foi escolhido o método de “Auto documentação”. Aplicou-se durante uma dinâmica com crianças não indígenas de 5 a 6 anos (idade média do público alvo).

O questionário, um método escolhido além das ferramentas do HCD, com pais de criança teve como objetivo contribuir para a pesquisa sobre o público alvo. Compreendendo as rotinas das crianças, seus gostos, entender se os pais poderiam auxiliar no manuseio do produto em questão e compreender a opinião dos pais sobre um produto com tal tema.

3.1.5 Desenvolvendo abordagem de pesquisa e seus resultados

Nessa etapa do trabalho encontram-se os guias de entrevistas usadas para as pesquisas e seus resultados.

6.1.5.1 Entrevista Individual - Proprietários de lojas de produtos alternativos para crianças

Foi utilizado o método de entrevista individual em duas lojas de produtos alternativos, ou seja, que não são produtos fabricados em grande escala e se importam com a sustentabilidade.

a) Guia da entrevista:

1. Qual é a ideologia da sua loja? Como você a descreve?
2. Sua loja contém algum produto com simbologias indígenas? Quais?
3. Quais são as características dos produtos que as crianças mais procuram?
4. E os dos pais?
5. Você acha que seria interessante um brinquedo que abordasse a cultura indígena? Sem ser produto como cabana ou arco e flecha?

b) Resultados:

Foram entrevistados proprietários de lojas de produtos alternativos para crianças, localizados em Florianópolis, Santa Catarina:

Loja Casa na Árvore (Figura 11) - Florianópolis - Shopping Max & Flora 04/06/2016 - Entrevista com a Camilla.

Pode-se encontrar no site da loja o seu conceito:

"A Casa da Árvore é uma loja de brinquedos que busca o resgate da brincadeira ativa e lúdica. Utilizamos como matéria prima principal, a madeira e priorizamos brinquedos feitos por gente que a gente conhece".

Figura 11 – Logo Casa da Árvore



Fonte: Site oficial Casa da Árvore

Explica não saber se já teve ou não um brinquedo que remetesse à cultura indígena, por não saber a origem de alguns brinquedos como o da "peteca", porém nunca tiveram um produto que evidenciasse diretamente a cultura indígena.

Crianças entre 0 e 3 anos se encantam com qualquer objeto que é dado em suas mãos. Não têm desejo ainda de um produto específico.

A mudança começa a partir dos 3 anos, quando a criança começa a saber o que quer, quando existe uma maior imersão com os programas de televisão, com a mídia; começam a desejar aquilo que vê.

Explicou, também, que existem 3 tipos de crianças:

- Aquela que assiste programas de TV "aberta", onde passam propagandas durante os intervalos dos desenhos.
- A que assiste apenas Netflix e YouTube, sem propagandas.
- As que não tem televisão no cotidiano.

As crianças que assistem canais com presença de propaganda são as crianças que sabem o que querem, pois já viram em suas próprias residências o que estão no mercado, alimentando os seus desejos por tal produto que tantas vezes é mostrado durante o seu desenho favorito.

As que assistem desenhos em meios onde a propaganda não é inserida não possuem o desejo implantado sobre um produto específico, porém essas crianças quando saem de casa e identificam produtos com desenhos que estão na televisão ou dispositivo o desejo por ter tal produto acaba surgindo.

Já as que não têm televisão na rotina, caso raro nos dias de hoje, não são influenciadas pela mídia, elas se encantam por diversos produtos, muitas vezes elas gostam de algo mais generalizado, como: sereias, dinossauros, animais, aviões.

Os pais normalmente procuram aquilo que as crianças desejam de certa forma, único produto da loja com temas mais comercializados são os bonecos de panos. Já vêm com uma ideia na cabeça, explicando o que a criança gosta, como: sereias, dinossauros, super-heróis, se gosta de brincar de cozinha, mais na rua, etc.

Porém, existem aqueles pais que querem passar mais tempo com seus filhos, satisfazendo seus desejos, eles chegam dizendo: "Procuro um brinquedo que eu consiga sentar com o meu filho, tirando ele do mundo virtual".

Explicou também que a sua loja é contra a cultura de massa, que eles têm dificuldade de divulgar seus produtos, porém acreditam na infância com um ensinamento mais lúdico e fora do virtual. É normal entrarem em sua loja e falarem que é uma nostalgia da infância dos adultos.

Com essa entrevista a autora conseguiu entender que o seu produto não será para uma venda em massa, nem a criança nem o adulto iriam para a loja à procura específica de um produto que remetesse à cultura indígena. Entretanto, essa informação mostrou para autora que será interessante produzir um produto que seja de uso coletivo, preferencialmente entre pais e filhos; assim, seria uma opção para aqueles que procuram produto que gere uma maior convivência com seus filhos e até que possa ser usado em dinâmicas dentro de instituição de estudos.

- Entrevista guiada com a proprietária da Loja Parlenda (Figura 12) , em Florianópolis. – Marcia.

A loja tem o foco em produtos não específicos para se brincar sozinho, produtos que até podem ser brinquedos individuais, como casinha de boneca, carrinho, mas que tenham como objetivo a interação entre pessoas: pais com filhos, entre amigos ou do professor com o aluno.

Procuram brinquedos que não necessitem de pilhas, feitos com produtos mais orgânicos, fogem dos produtos que são encontrados normalmente em lojas de brinquedos focados no consumo referente ao que está na mídia.

Produtos feitos pelos próprios indígenas, como o pau de chuva, a tenda, porém que remetem ao indígena norte americano e os da “Kitopeq”, que tem uma linha que representam os indígenas na floresta amazônica.

Crianças a partir de 4 anos, entram em universo mais lúdico, produtos que elas consigam interagir e fantasiar.

Nessas idades a criança já sabe o que gosta e quer, e os pais procuram agradar esse desejo da criança.

"Com certeza, porque sinto uma carência de produtos que digam algo sobre o índio brasileiro". Também citou que acha importante porque os índios como são representados nas escolas hoje em dia, é com um olhar de colonizador, ou seja, um olhar sob o qual o indígena não tem conhecimento, que deve ser instruído, que o Brasil começou quando os portugueses chegaram, construindo um preconceito dos indígenas.

Figura 12: Logo Parlenda



Fonte: Site Oficial Parlenda

3.1.5.2 Entrevista com especialistas.

Foi com **Anna Terra Yawalapiti** - Filha do antigo cacique Piracumã da tribo Yawalapiti. Ela foi quem recebeu a acadêmica durante a imersão na aldeia. Anna Terra foi uma das idealizadoras do projeto que garantirá a criação da primeira Casa das Mulheres no Parque Indígena do Xingu.

a) Guia de entrevista com Anna Terra Yawalapiti.

1. Conte um pouco sobre a vida na aldeia. Qual a rotina? O que fazem todos os dias?
2. Como são as brincadeiras das crianças?

3. As brincadeiras que seus filhos brincam são as mesmas que você brincava quando criança?
4. Existem brinquedos e brincadeiras só de meninos, e/ou só de meninas? Se sim, quais? E quais são as brincadeiras e brinquedos comuns a todos?
5. Os adultos brincam com as crianças? De que? Tem algum brinquedo específico?
6. Como são as brincadeiras dos seus filhos com as crianças de fora da aldeia?
7. Como você acha que os não-indígenas enxergam hoje em dia os indígenas? E como você acha que deveria ser?
8. Se você pudesse passar um ensinamento Yawalapiti para os que estão fora da aldeia, qual seria?

b) Resultados:

Anna Terra começa explicando com a seguinte frase:

“A vida na aldeia é tranquila”. A gente faz nosso dia a dia. Não tem horário nem data. Nem tarefas programadas.”

Normalmente acordam de manhã vão para o rio, cozinham para a família toda e durante o dia veem o que vão fazer. As tarefas são de limpar o quintal ou arrumar a casa, trabalhar na roça, fazer artesanato, pescar com o marido, procurar algum tipo de fruta na mata. Essas tarefas dependem somente da pessoa, eles não possuem horários ou compromissos e tudo é planejado diariamente.

Figura 13 - Crianças na aldeia



Fonte: Fotografia Maria Clara Reschke

A rotina dos Yawalapiti varia durante o ano entre duas épocas: a época da seca e a das chuvas. Durante a época chuvosa as indígenas permanecem mais dentro de casa, cuidando de seus filhos e maridos, desenvolvendo atividades tranquilas, sem grandes esforços.

A época da seca é marcada com muito trabalho. Todos os dias acordam de manhã, tomam banho, seguindo para raspar mandioca e fazer o polvilho até a hora de terminar.

A brincadeira das crianças se iguala à rotina dos mais velhos, onde são elas que determinam as brincadeiras, fazem o que querem - uma vida totalmente livre.

Crianças entre 1 ano e meio a 4 anos brincam juntas, ao redor da casa, e geralmente não as deixam ir para o rio ou para o mato antes de completarem 5 anos. Entretanto, as crianças maiores gostam de ir ao rio tomar banho, pular da árvore e brincar de pega-pega dentro da água.

As meninas mais novas brincam mais de areias (Figura 14), fazendo seus bonecos, enquanto os meninos geralmente acompanham, formando um círculo e brincando juntos.

As meninas maiores de 6 anos quase não brincam, ficam mais “na delas”. Brincam mais de coisa de adulto, de troca troca e de brincar de produção de polvilho usando uma raspadora de brinquedo e uma panelinha.

Figura 14 - Crianças brincando na areia



Fonte: Fotografia Willian Jefferson

Os brinquedos que somente os meninos usam são o arco e flecha, a lança e artesanato de madeira. Gostam de jogar bola e ir para o mato matar os passarinhos e lagartixas com arco e flecha

As brincadeiras que envolvem os adultos são bastante abrangentes, dependendo bastante de pessoa para pessoa. Muitos gostam de brincar no rio de "Jacaré ou Onça". O adulto representa a figura do animal perseguindo a criança. Outra brincadeira é a do caranguejo, onde uma pessoa, do sexo masculino, fica se segurando em um pedaço de madeira e os outros ficam enfileirados se segurando atrás do mesmo e as mulheres tiram eles, soltando um por um.

Os brinquedos usados para as crianças são os chocalhos, feitos de cabaça, com sementes e enfeitadas com penas. Desse mesmo modo são feitos chocalhos em forma de bonecos e animais. Outra forma de fazer o brinquedo é cozinhando filhotinhos de Tracajá (tartaruguinha) e tirando toda a carne de dentro e deixando o casco para as sementes, fechando com cera de abelha e grudando as pernas de algodão transformando em um animal chocalho usado para brincar e cantar.

As cabaças, além de confecção de bonecos, também servem para produzir pratos. Usam também cerâmicas para produzir animais. Um elemento inusitado é o "brinquedo invisível", que é feito de fibra de buriti um cipó pequeno que se amarra na perna fazendo um nó e "fazendo aparecer" qualquer tipo de produto imaginário.

As brincadeiras de seus filhos não são as mesmas de sua infância. Anna conta que brincavam mais de subir em árvores, de bichos, com areia e madeira. Seus filhos brincam de boneca, carrinho, e jogos de celular, pois ultimamente estão ficando mais na cidade, porém explica que sua filha quando está na aldeia brinca mais com as amigas conversando.

Explica que seus filhos sentem a diferença quando convivem com não indígenas. Primeiro é a língua. Na aldeia eles brincam na língua Aruake e quando vão para a cidade, eles precisam brincar em português. Além disso, na aldeia brincam mais ao ar livre, no mato, e na cidade todos os brinquedos são de plástico.

Anna Terra afirma que para eles há dois tipos de não indígenas: os que reconhecem que o índio obteve uma evolução e estão mais civilizados, e os que não. "Hoje em dia usamos roupas e outros objetos e tem branco que vem isso normal, mas tem outros brancos que tem uma outra visão que eles veem como se assim não fossemos totalmente índios - não sei como é que eles pensam assim".

Ela acredita que os não indígenas deveriam valorizar mais o indígena. Explicou com o seguinte exemplo: "Vamos supor que eu andasse pelada e toda pintada de urucum, vai ter um branco que não vai gostar que eu entrasse em sua casa, com o sofá todo limpinho, e chegasse e sentasse pintada de urucum. Eu acho que eles deveriam nos

respeitar mais, esse negócio da gente ter que usar roupa e usar celular, eles deveriam dar mais valor e não julgar, porque, afinal, estamos fazendo isso também como uma forma de respeito por eles. Ficamos limpinhos, sem pinturas para não sujar suas casas".

Para Anna, um ensinamento essencial para os não indígenas é o "Compartilhamento", tanto material quanto o intelectual, uma prática muito usual para os Yawalapiti. Explica que na aldeia todos compartilham tudo, como a carona, os alimentos e as histórias. Entretanto no "mundo dos brancos" não reconhece tal atitude, onde tudo é mais individual, mesmo entre as famílias e conclui seu pensamento com o seguinte exemplo: "Vamos supor, se você não tem carro na cidade, ninguém vai te dar carona por que o carro é dele. Porque você é você e não ele. Na cidade ninguém ajuda ninguém. Para nós a vida é muito curta. E não podemos ser egoístas com a vida. Nem tudo nessa vida vamos levar com a gente e por isso devemos compartilhar".

3.1.5.3 Auto-documentação com crianças não indígenas sobre os indígenas - Uma análise observacional.

Foi utilizada a técnica de “entrevista desenho”, apresentada no manual do HCD, onde os participantes visualizam a experiência através de desenhos.

Para tanto foi realizada no dia 14 de junho de 2016 uma atividade instruída pela autora deste projeto, com alunos do Infantil 5 da Escola Dinâmica do Centro de Florianópolis, crianças de 5 e 6 anos.

A autora já tinha uma aproximação com as crianças dessa turma, possibilitando um sentimento de confiança das crianças com a graduanda. A atividade foi iniciada com uma conversa em roda, no chão, explicando de forma simples, em um linguajar semelhante com o usado no cotidiano das crianças, um "dever de casa gigante" (projeto de conclusão de curso) e eles estavam lá para ajudá-la.

Em seguida a autora perguntou para as crianças se elas conheciam os índios e todas gritaram:

- SHIM!

Foi perguntado como era os índios para elas, e tiveram respostas como:

"Eles moram nas florestas".

"Eles ficam pelados e andam pelos rios".

"Eles atacam jacaré, atacam todos os bichos e para comer".-

Foram várias respostas relacionadas à caça.

"Eles usam pena na cabeça"

"Eles moram na caverna".

"Eles só têm um calção de penas e eles usam lanças".

"Eles moram beeeem longe daqui".

Foi então pedido que as crianças representassem em forma de desenho (Figura 15) como é a vida de uma indígena (onde ele mora, o que ele come, como ele brinca). Enquanto eles desenhavam, a autora aproveitou para conversar com cada um, enquanto desenhavam. Assim, podendo escutar e entender melhor cada representação.

"Eles brincam de atacar os bichos".

"Eles brincam de atacar os índios que são malvados".

"Não existem índios malvados".

"Na casa do índio tem animais que não são de verdade, eles que fazem".

"Fazendo um índio em um lago de jacarés".

"Desenhando índio caçando".

"Os índios têm cobra e macaco de estimação".

"Só alguns índios moram aqui no Brasil".

"Estou desenhando o chapéu do índio".

Os índios moram lá na pedra, na floresta".

"Eu fiz vários índios tentando pegar um jacaré".

"Ele é o índio do mal que está atacando".

"Um índio passeando em um Jardim com árvores".

Figura 15 – Desenhos das crianças durante a dinâmica.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Terminando os desenhos, Figura 15, todos se sentaram ao redor da roda com seus desenhos para a "apresentação". A autora realizou essa parte da dinâmica de uma forma tranquila, para que todos sentissem orgulho de seus desenhos. Após cada apresentação as crianças aplaudiam o coleguinha - assim, as crianças se sentiam com mais vontade de explicar detalhadamente o seu desenho.

A primeira pergunta foi se as crianças já tinham desenhado índio e a resposta imediatamente foi: "NÃO".

Em seguida todos disseram que gostaram da experiência de desenhar os índios.

"Dois índios correndo atrás de um jacaré, depois de um jacaré gigante, depois eles caíram no mar, e eles fizeram uma batalha com os jacarés".

"Eu fiz um índio atacando cobras amarelas e cobras invisíveis".

"Um dia atacando um bambi, que ele vai comer".

"Um índio em seu jardim, cheio de borboletas".

"Eu fiz um índio saindo de sua cabana e atacando o urso e o tigre".

"Uma índia atacando o jacaré, e ele caiu na água e a índia salvou todo mundo".

"Índios atacando uma cobra".

"Uma índia brincando".

"Um índio".

"Um índio dançando em um jardim de flores".

"Um índio atacando um tigre e leão".

"Índia e um jacaré".

"Uma índia caçando cobras".

"Um índio perdido na floresta, caçando um jacaré, e ele chamou todos os amigos para buscar eles".

"Índia caçando um macaco".

"Um índio comendo".

"Índio caçando aves com arco e flecha".

"Um índio tirando foto".

"Índio passeando na praça".

"Um índio lutando contra outro índio em uma floresta que tinha muitas flores, muitas comidinhas, e eles estavam tentando pegar um jacaré, dentro de uma floresta bem grande".

Em seguida a autora mostrou fotos dos índios de desenhos animados famosos, como Pocahontas e Peter Pan. Todos identificavam os índios e quando a autora perguntou a onde eles moravam, eles responderam: "Na Disney!". Assim, foi explicado que esses personagens eram inspirados nos índios norte-americanos, e que no Brasil existiam vários índios diferentes, de diversas tribos - e foi mostrando cinco etnias, com representações de crianças indígenas.

As crianças estavam descontentadas nesse momento e quando a autora começou a mostrar as fotos das crianças de diversas etnias indígenas as crianças começaram a prestar atenção e perguntar porque uma era pintada de um jeito e a outra de outra, e o porquê de cada elemento. Uma criança até afirmou:

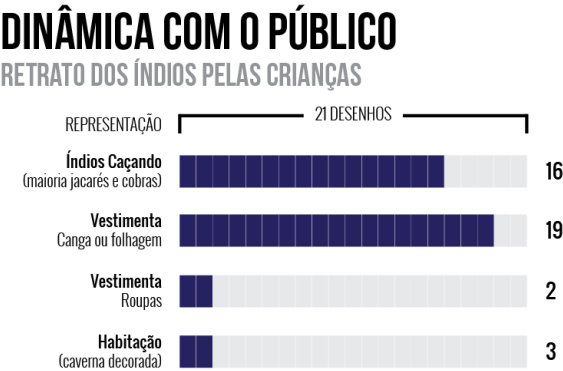
"Nossa! Esses índios nem existem, eles falam a mesma língua?".

Enquanto as crianças passavam as fotos elas olhavam com bastante atenção conversando com um tom mais baixo, uma com as outras.

Assim, terminando a dinâmica todos afirmaram ter gostado da atividade e finalizaram comentando que os índios sentavam daquele jeito, em roda e contando histórias, porém faltava um elemento: e todos gritaram: a fogueira!

Essa dinâmica resultou em 21 desenhos (Figura 9) de crianças entre 5 e 6 anos, do Infantil 5 (série anterior ao primeiro ano) da Escola Dinâmica, da sede do centro de Florianópolis. Resultou-se então em uma análise quantitativa, observada na tabela 2.

Tabela 2: Dinâmica com o público



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Entre esses 21 desenhos 16 foram retratados índios caçando, onde grande maioria eram jacaré e cobras, animais citados durante a conversa em grupo anteriormente à atividade prática. Macaco, tigre, urso, leão e veados foram outros animais identificados em alguns desenhos como animais caçados pelos indígenas.

Dentre esses desenhos 19 representaram os indígenas com apenas canga de folhagem ou penas e os outros 2 representaram com roupa e um boneco bem colorido que não foi identificado o que a criança quis representar. Os indígenas foram representados com cocar, uns com muitas penas e outros com poucas.

As meninas representaram indígenas femininas e os meninos índios masculinos, porém ambos representavam os dois da mesma maneira; passeando ou caçando.

Apenas 3 crianças desenharam onde achavam que os indígenas moram, e todos apresentaram como se suas casas fossem nas cavernas, porém bastante decoradas.

Todos os indígenas foram representados felizes, com sorriso no rosto, e com bastante cores. Todos estavam em contato com a natureza, alguns nas florestas, outros em jardins e bosques. 14 deles desenharam o sol em seus desenhos.

3.1.5.4. Questionário para responsável pela criança

Optou-se em produzir um questionário para aqueles que são responsáveis por crianças, por serem os consumidores primários, considerando que são os que atuam na hora da compra, a fim de entender seus interesses. Além de compreender de uma forma mais satisfatória o usuário final.

a) Guia de entrevista:

1. Quantos filhos você tem?
2. Qual é a idade dele/deles?
3. O que o seu filho gosta de fazer depois da escola, além de assistir TV?
4. O que o seu filho mais gosta de fazer nos finais de semana? E o que você mais gosta de fazer com ele/eles, durante o final de semana?
5. Quando você vai comprar um brinquedo para o seu filho, ou para outra criança, você prefere os:
6. Virtuais;
7. Educativos;
8. Que o seu filho consiga brincar sozinho;
9. Ecológicos;
10. Interativos (com você);
11. Interativos (com outras crianças)?
12. Tem algum tipo de brinquedo que você não gosta que o seu filho ganhe?
13. Você consegue passar quanto tempo com seu filho depois da escola?

14. Você acha importante a aprendizagem sobre outras culturas?
15. Por que sim, ou por que não?

b) Resultado da pesquisa:

O questionário obteve no total 35 respostas, apresentado nas figuras 16 e 17, onde 67,6% têm apenas 1 filho, 29,4% têm 2 filhos e apenas 2,9% têm 3 filhos. São pais de crianças com média de 5 anos, no total foram "analisadas" 45 crianças, porém, uma quantidade maior de crianças menores de 2 anos, pois esses são o segundo filho de muitos pais entrevistados.

Quando chegam da escola, além de assistir TV, as crianças gostam de brincar, a maioria brinca com objetos/brinquedos ou desenhando dentro de casa, já 3 gostam de brincar fora de casa e 3 utilizam o seus i-pads como entretenimento.

Nos finais de semana 71,42% praticam atividades que exigem sair de casa, como ir a parques, casa de amigos, praia e shopping; 14,28% preferem permanecer em suas casas e 14,28% especificaram que gostam de brincar e não sendo possível identificar se era fora ou dentro de suas casas. 17,2% outra especificação de compra não foi mencionada no Entre esses pais 82,8% preferem, na hora da compra, brinquedos educativos para os seus filhos; 34,5% gostam dos brinquedos que a criança consiga brincar sozinha sem o auxílio de um adulto; 20,67% procuram brinquedos ecológicos aos seus filhos e 17,2% outra especificação de compra não foi mencionada no questionário. Nenhum desses pais procura comprar algo virtual para seu filho.

Resultado apresentado em forma gráfica nas figuras 16 e 17.

Figura 16 - Resultado Entrevista Pais I

ENTREVISTA COM OS PAIS

ATIVIDADES RECREATIVAS DAS CRIANÇAS

APÓS A ESCOLA

(além de assistir TV)

86,6%

Brincar dentro de casa ou desenhar



6,6%

Brincar fora de casa

6,6%

iPad como entretenimento

DURANTE FINAL DE SEMANA

(idade média 5 anos)

71,42%

Atividades exigem estar fora de casa (parque, casa de amigos, praia, shopping)



14,28%

Gostam de brincar (sem especificar se dentro ou fora de casa)

14,28%

Permanecem em casa

Fonte: Desenvolvida pela autora

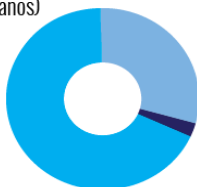
Figura 8 - Resultado Entrevista Pais II

ENTREVISTA COM OS PAIS

ESCOLHA DOS BRINQUEDOS PARA OS FILHOS

QUANTIDADE DE FILHOS (idade média 5 anos)

67,6%
1 filho



24,9%
2 filhos

2,4%
3 filhos

NO MOMENTO DA COMPRA

17,2%
Outros

20,67%
Brinquedos ecológicos



82,8%
Brinquedos educativos

34,5%
Brinquedos que a criança consiga brincar sozinha (sem o auxílio de adultos)

BRINQUEDOS QUE DESAGRAHAM (idade média 5 anos)

62%
Outros (descritos no texto)



22,2%
Brinquedos violentos

8,8%
Virtuais

6,6%
Barulhentos

Fonte: Desenvolvida pela autora

Hoje, o ato de presentear está presente, quase diariamente, no cotidiano das pessoas e muitos pais não gostam de alguns brinquedos que, algumas pessoas, presenteariam seus filhos. Entre os pais entrevistados 10 pessoas especificaram que não gostam que seus filhos ganhem brinquedos violentos, como armas e derivados; 4 deles não

gostam de brinquedos virtuais; 3 identificaram não gostar de brinquedos barulhentos e que fazem tudo sozinho. Essas são as respostas que tiveram algo comum, outros não gostam de brinquedos com apelo comercial, personagens, muitas peças e de material que possa machucar, seja tóxico ou com conteúdo inapropriado para a idade.

A convivência com os pais após a escola ou é pouca ou inexistente. Durante a semana eles passam mais tempo nos momentos rotineiros, como jantar, ler um livro para dormir, hora do banho ou fazendo tarefas domésticas concomitantemente.

Todos esses pais reconhecerem a importância da aprendizagem de outras culturas e como essa questão é de grande relevância ao projeto, serão evidenciadas algumas de suas respostas:

"Para aprender a respeitar as diferentes culturas".

"Porque o nosso mundo vai mais além que nossa casa".

"Somos pais de diferentes países".

"Porque é uma oportunidade de abrir a mente e aprender sobre diversidade e respeito".

"Porque em casa somos multiculturais".

"Enriquece e abre a mente dele. Principalmente para aprender as respeitar as diferenças".

"Para aprender o respeito pelas diferenças".

"Enriquece visão de mundo".

"Para ampliarmos nossos conhecimentos sobre outras culturas que temos contato direta ou indiretamente".

"Pois possibilita a criança conhecer outras formas de viver, de sentir, de comer, de pensar! "

"Sim. Porque tudo e cultura e enriquecimento pessoal".

"Amplia conhecimento e visão do mundo e pessoas".

"Para ver que tem pessoas vivendo de maneiras diferentes da dele".

"Cultura, respeito e conhecimento".

"Acho importante aprender sobre tudo".

"É importante para desde pequeno aprender que nem todos são iguais, que as pessoas têm costumes diferentes, e é preciso respirar as diversidades culturais".

"Sim, porque atualmente quanto mais informações você tiver, melhor será sua relação com as pessoas, pois poderá conversar sobre qualquer assunto".

“Porque eles precisam ir ampliando os horizontes e entender que não somos ilhas. Temos diferenças e elas merecem ser respeitadas porque não são melhores nem piores, só diferentes”.

3.1.5.5 Imersão em contexto

O método de pesquisa de "imersão em contexto" é uma forma da Estratégia Centrada no Ser Humano, com o objetivo de compreender "não apenas de forma intelectual, mas também experiencial"(HCD, 2001, PG 32). Foi utilizado um pouco da técnica de contação de história do “Storytelling” para relatar a imersão.

A imersão aqui tratada segue o olhar de uma estudante de designer, que escolheu esse método com o intuito de vivenciar e aprender sobre a cultura dos Yawalapiti. A aluna utilizou como ferramenta um "diário de bordo", um modo de relatar suas vivências de uma forma descritiva, auxiliando nas lembranças e insights ocorridos durante o período de imersão.

Após meses em contato pela internet com **a** indígena da aldeia, Watatakalu Yawalapiti, e com a Funai, a aluna teve oportunidade de vivenciar uma imersão durante sete dias na aldeia Yawalapiti, no Parque do Xingu, Mato Grosso.

Uma vivência em um curto período de tempo, do dia 20 de julho de 2016 ao dia 26 de julho de 2016, entretanto uma experiência riquíssima para o projeto em questão, onde a aluna pode entender de perto sobre a cultura da aldeia estudada, sobre seus hábitos, rotinas, histórias e o mais importante, entender como proceder com projetos de não indígenas sobre uma cultura indígena para os não indígenas.

Tabela 3 – Calendário de acontecimentos Xingu

XINGU • JULHO 2016

CALENDÁRIO DE ACONTECIMENTOS

DIA 19	DIA 20	DIA 21	DIA 22
<ul style="list-style-type: none"> • Viagem de avião FLO -> BSB (3h) • Viagem de ônibus BSB -> Canarana (15h) ----- • Viajantes: <ul style="list-style-type: none"> - Maria Clara Affonso - Aline de Paula - Vicente de Paula - William Jefferson 	<ul style="list-style-type: none"> • 11h da manhã chegada Canarana • Casa da família Watatakalu • Conversa com Watatakalu • Conversa com Ian (FUNAI) 	<ul style="list-style-type: none"> • 4h da manhã saída de Canarana • 9h da manhã chegada Yawalapiti • Oca da família da Anna Terra • Grupo de 5 crianças independentes 	<ul style="list-style-type: none"> • Celebração 1 ano do Vicente • Viagem ao Kalapalo • Acampamento na mata • Cantos a noite (sem dormir) • Apresentação para o Jawari • Lua cheia
DIA 23	DIA 24	DIA 25	DIA 22
<ul style="list-style-type: none"> • Jawari Ritual das flechas - Animais x animais - Primos x primos • Ajuda descascar mandioca • Nauira menina guerreira • Documentário arquivo familiar 	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação do projeto • “Moitara” • Azumi e sua imagem • Conversa roda de mulheres • Conversa com fotógrafo Collor • Macacos 	<ul style="list-style-type: none"> • Mais conversa com mulheres (igual livro) • Presentes • “Ter saudades” • Visita ao Posto Leonardo Villas-Bôas • Troca chinelo por história 	<ul style="list-style-type: none"> • Manhã: saída para Canarana • Adeus Yawalapiti

Fonte: Desenvolvido pela autora.

A aluna foi acompanhada de um amigo fotógrafo, William Jefferson, e de uma amiga antropóloga, Aline de Paula, com o seu filho de um ano, duas companhias (Figura 18) que acrescentaram bastante

para o projeto: o fotógrafo com suas fotos que auxiliaram no estudo após imersão, com a eliciação fotográfica, e a antropóloga com os seus estudos de mais de 6 anos sobre as culturas indígenas.

Figura 18 - Visitantes chegando à aldeia para imersão



Fonte: Foto de William Jefferson.

Foram 3 horas de avião de Florianópolis até Brasília, mais 15 horas de ônibus até a cidade mais próxima do Parque Indígena do Xingu, Canarana-MT, 5 horas de carro e por final mais 40 minutos de barco até a aldeia. Chegaram a Canarana dia 20 de julho, foram para a casa da Watatakalu, onde a indígena fica quando não está na aldeia junto com a sua mãe Iamany, mulher do ex-cacique Pirakumã que falecera no ano anterior.

Durante o primeiro dia/noite na cidade de Canarana, já se percebe uma significativa mistura dos indígenas com os não indígenas, por ser a cidade mais próxima do Parque Indígena do Xingu (PIX). Watatakalu explicou que vivem, em Canarana, mais de 500 indígenas. Como estavam acompanhados por uma criança resolveram ficar o primeiro dia na casa da indígena Watatakalu, com a sua mãe Iamany, seu marido e seus filhos.

Apesar de ainda não estar na aldeia, esse primeiro momento foi muito importante para a aluna, pois ela pode conversar com a indígena, com seu marido, Ianukula Kaiabi Suia, funcionário da FUNAI, com sua mãe, uma liderança por anos na aldeia, com sua filha Ianne e com seu filho Pirakumã.

A família do ex-cacique Pirakumã estava organizando o Kuarup deste ano. Kuarup é um ritual de passagem que acontece todo o ano, no

Xingu, na aldeia de origem do ente falecido. Trata-se do maior ritual que acontece dentro do parque, onde, normalmente, reúnem-se mais de 5000 indígenas de todo o Xingu e desta vez mais de 500 não-indígenas que conheceram Pirakumã, uma das maiores lideranças e ativista pela causa indígena do Parque do Xingu.

Tópicos que foram abordados/esclarecidos/aprendidos durante conversas com Watatakalu e sua família:

- a) Existe uma associação de mulheres do Parque do Xingu - Associação Yamurikumã - governada pela Kaiuli. Porém, hoje em dia muitas mulheres não se sentem representadas, além da associação não apoiar o projeto da primeira “Casa da Mulher”, semelhante à Casa do Homem, do Xingu
- b) Watatakalu explicou que os indígenas não gostam de perguntas, que à aluna era permitido apenas observar. Os indígenas não gostam quando são questionados e os antropólogos ficam anotando em seus cadernos.
- c) A violência dos partos dos indígenas. Os costumes indígenas não são respeitados pelos médicos que obrigam as indígenas a parirem em hospital, mesmo quando tudo está bem, e as obrigam a comerem normalmente, algo que dentro da etnia indígena é proibido, no dia do parto só se deve tomar chá.
- d) Desenho com Ianne, onde a aluna pediu para a menina desenhar como era a sua aldeia; ela desenhou rios e explicou que não tinha cachoeiras. Interessante perceber como a mansidão é maior para ela do que para as crianças não indígenas, pois ela foi criada ao ar livre.
- e) Conversando com a Ianne a aluna notou que a pequena indígena citava que “tinha amigos de todo o mundo”, os amigos da cidade e os amigos da aldeia; como se realmente a aldeia fosse outro mundo, outro país - dois mundos diferentes; seu pai também explicou isso.
- f) Canarana é uma cidade movimentada em razão dos indígenas, o turismo existe por causa do parque, o dinheiro é gerado pela presença dos indígenas. Infelizmente muitos tiram vantagem disso e o preço

dos transportes para chegar até o parque é muito mais alto do que deveria, isso acaba resultando em contribuições menores para o Parque do Xingu.

- g) Ianukula Kaiabi Suia explicou “o pensar do índio”: o índio não pensa em produzir mais para ganhar mais, porque o que eles pensam: “eu não preciso mais do que eu já tenho”, como explicação da inexistência de ganância dentro deles. Explicou que os índios se preocupam com a sustentabilidade, não produzir além das necessidades; isto tornou o Xingu em uma “poupança de terras” para o Brasil e para o mundo.
- h) Dentro da aldeia as filhas das suas irmãs são suas filhas e as filhas das primas são seus sobrinhos. Isso explica o motivo do excelente cuidado dedicado à proteção das crianças, todas pertencem a uma grande família.

Após as conversas, foram participar do “Moitara” - uma atividade de troca muito praticada dentro da aldeia entre os indígenas e entre os indígenas e os não indígenas.

Às quatro da manhã do dia 21 de julho partiram para a aldeia dos Yawalapiti. A intensidade do desmatamento até o parque chamou a atenção, os milhares de hectares de fazendas, principalmente de soja. Antes da chegada à aldeia Yawalapiti, pararam em uma pequena aldeia chamada “Paraíso”, onde é passada uma mensagem pelo rádio para os Yawalapiti avisando o horário da chegada de modo a planejar a busca no rio. A beleza natural do rio Xingu (Figura 19) e da natureza ao redor era inexplicável.

Figura 19: Rio Xingu



Fonte: Foto de William Jefferson.

Chegando à aldeia, vários indígenas se aproximaram apenas falando um curto “oi” para ajudar a levar todas as bagagens até a oca que ficariam. Hospedaram-se na oca da irmã da Watatakalu, Anna Terra Yawalapiti, hoje uma das lideranças femininas do Xingu, defensora do patrimônio imaterial dos povos indígenas, especialmente o direito à imagem contra a apropriação cultural dos elementos sagrados de seu povo. Uma pequena oca, comparada às demais, porém onde vivia apenas sua família, marido e filhos.

A aldeia é constituída por diversasocas que juntas formam um círculo, no centro da praça, Uikúka, encontra-se a Casa do Homem, um local onde é proibida a entrada de mulher quando está com a flauta sagrada, Apapálu, erguida ou quando ela está sendo tocada. Antigamente, a entrada era proibida a qualquer momento, porém hoje em dia algumas reuniões entre as mulheres são dentro dessa casa. A aldeia Yawalapiti é a primeira a erguer uma Casa da Mulher dentro do Parque Indígena do Xingu, que no momento da imersão estava sendo construída pelas mulheres. A aldeia também conta com uma Escola Estadual Indígena Yawalapiti, onde todas as aulas são em português. Razão das crianças falarem fluentemente português, enquanto apenas os mais velhos enfrentam dificuldades para se comunicarem em português.

Além da escola municipal, há outra casa de concreto a "Casa da Internet", onde existe um ponto de wi-fi que fica ligado o dia inteiro. A aldeia dispõe apenas de um gerador que funciona por duas horas, das 19h às 21h, horário onde normalmente assistem a novelas e depois as crianças assistem ao programa, como "Chaves".

Desde o primeiro momento a graduanda ficou acompanhada pelas crianças que nela se grudaram, algo muito importante para o projeto, já que o mesmo é focado no público infantil. A primeira característica das crianças indígenas percebida é a independência que as mesmas possuem e como seus pais são mais tranquilos. Todos da comunidade ajudam na criação e as próprias crianças cuidam umas das outras, fato explicado anteriormente pela Watatakalu quando cita que seus sobrinhos também são seus filhos e sobrinhos são os filhos de suas primas.

Quando partiram para a aldeia, levaram compras de supermercado segundo uma lista feita por Watatakalu pela Casa das Mulheres e foram aconselhados a levar um pouco a mais para eles; dentro das ocas tem fogão a gás. Watatakalu explicou que muitos "brancos" chegam achando que vão gostar da comida indígena, basicamente peixe com beiju. A aluna e seus colegas queriam poder experimentar, porém como ficaram em uma oca mais afastada, acabaram cozinhando alguns dias.

Para as crianças o horário do dia mais gratificante é a ida ao rio (Figura 20); desde o primeiro dia até o último, independente do horário, perguntavam se podiam ir "banhar", que significa brincar no rio, diferente de ir para o rio tomar banho. Porém, só podem ir acompanhadas de um adulto.

Figura 20: Graduanda com crianças no rio.



Fonte: Foto de William Jefferson.

As crianças que sempre estavam com a graduanda eram a Nauira, Nele, Azumi, Nuala, Kaminapua e Bruno, sempre vinham algumas crianças a mais, como a irmã da Nele ou algumas mais velhas, porém essas eram as que andavam sempre juntas, principalmente pelo fato de

serem irmãos e primos, as idades variavam de 4 a 8 anos. No primeiro dia já era percebido a responsabilidade que a Nauira demonstrava por ser a mais velha do grupo, a liberdade e a criatividade nas brincadeiras de Nele, a meiguice da Nuala, as dúvidas de Azumi e as "sapequices" dos meninos.

Enquanto a graduanda demorava para entrar no rio gelado, as crianças iam correndo até o rio. As brincadeiras eram sempre explicadas como "de índio"; castelinho de areia era na verdade "sal de índio", brincar de ver quem cai primeiro empurrando o outro na água era "luta de índio", além da brincadeira que mais gostavam: de imaginar que o jacaré e a arraia estavam "vindo". Brincadeiras típicas de crianças sem a influência da televisão, onde na sua imaginação estão as rotinas de seus familiares junto com as histórias contadas.

Na volta do rio, no centro da aldeia, estava acontecendo o treino da apresentação do Jawari (ritual das flechas). Os indígenas estavam pintados em pares com diferentes grafismos, produzindo diversos sons. Foi explicado que o Jawari era um ritual dos Kalapalos onde todos os anos convidam uma aldeia para disputa de flechas e nesse ano foram os Yawalapiti convidados para o ritual que aconteceria no dia seguinte na aldeia anfitriã.

No final do dia a aluna resolveu fazer a dinâmica com as crianças do "Desenhe-me" (Figura 21) parecido com o aplicado com as crianças não-indígenas. Porém, não tinha um nivelamento entre as idades, e a aluna percebeu que não daria certo, apenas desenharam aleatoriamente, mas o que realmente queriam era fazer aviões de papel para brincarem.

Figura 21 – Crianças desenhando.



Fonte: Foto de William Jefferson.

O segundo dia no Parque do Xingu foi um momento que agregou bastante conhecimento ao projeto em questão, pela quantidade de observações, questionamentos e ensinamentos gerados. Com dois acontecimentos marcantes; a comemoração do primeiro ano do Vicente, filho da antropóloga e a viagem até a tribo dos Kalapalos.

A comemoração do um ano do Vicente (Figura 23) foi feita como a cultura dos Yawalapiti celebra o primeiro ano de uma criança. A celebração para os Yawalapiti é na verdade uma apresentação da criança à comunidade. Como nos rituais e eventos festivos a criança é pintada e a família oferece comida para a comunidade no centro da aldeia. Ofereceram melancia e pipoca (tentaram fazer um bolo), pois como antropóloga a Aline se informou, a melancia é um alimento com um valor simbólico agregado, representa o fruto do compartilhamento. A aluna participou da pintura de Vicente e foi encaminhada a passar em cada oca chamando os indígenas da tribo.

Figura 22: Aniversário Vicente.



Fonte: Foto de William Jefferson.

Para a "festa" do Vicente a graduanda pediu ajuda para as crianças para encherem os balões que a Aline tinha trazido para aldeia; isto foi uma festa entre as crianças, todas adoraram, mas quase todos os balões foram estourados ou perdidos antes da festa.

Momentos antes da ida à etnia vizinha, graduanda e fotógrafo conheceram Collor Yawalapiti, um indígena assim nomeado em

homenagem ao ex-presidente Collor enquanto visitava a aldeia há 25 anos. Explicou um pouco sobre o ritual do Jawari. Os grafismos em cada indígena representam um animal, ele seria a onça marrom. Começa com as flechadas a longa distância, entre os indígenas representados por animais; os primeiros são os gaviões, considerado o animal mais forte. Logo em seguida, todos se concentram em um pequeno corredor e os indígenas Yawalapiti trocam flechas com seus primos que moram na etnia Kalapalo. Na noite anterior os indígenas permanecem acordados durante a noite, pois em sua cultura caso o indígena tenha pesadelo, o mesmo é proibido de participar do ritual no dia seguinte.

No meio da tarde todos partiram para a aldeia dos Kalapalos. A graduanda e o fotógrafo foram ao barco do único indígena que já estava com pinturas no corpo, pois era o comandante da "luta"; vários barcos estavam levando motos. Foram para a aldeia vizinha as famílias dos lutadores, então várias crianças acompanhavam seus pais e uma delas era a Nele que tinha até o momento um dos balões usados para a festa do Vicente.

O caminho à beira do rio do posto dos Kalapalos até sua aldeia era uma caminhada de mais de uma hora, fica assim explicado o motivo dos barcos levarem motos. Durante a caminhada alguns indígenas motoqueiros iam e voltavam buscando seus familiares, a graduanda e o fotógrafo não tiveram a oportunidade de carona na ida. Porém foi interessante perceber que os indígenas pensam primeiros neles e depois nos convidados, diferentes da cultura do não indígena.

Quando chegaram na aldeia dos Kalapalos, viram que era uma aldeia bastante similar à aldeia do Yawalapiti, com a mesma estrutura. Primeiramente, conheceram o fotógrafo Renato Soares, um fotógrafo que está há mais de 15 anos fotografando indígenas, com o projeto de tirar foto das 305 etnias do Brasil. Ele indicou aonde estava a montagem do acampamento dos Yawalapiti.

O acampamento (Figura 23) era situado, literalmente, no meio da mata. O acampamento consistia em redes penduradas nas árvores; no começo a graduanda sentiu um leve desconforto, pelo fato de terem comentado sobre a "epidemia de onças" no Xingu, mas correu tudo certo.

Figura 23: Acampamento nos Kalapalos



Fonte: Foto de William Jefferson.

Escureceu rapidamente, enquanto os indígenas se preparavam para a apresentação. Com as suas pinturas representando os animais: onça, gavião, tamanduá, peixe e gaivota. As tintas usadas na pintura corporal são de origem vegetal, e se reduzem basicamente ao vermelho, obtido do urucum; ao preto, obtido pelo sumo do jenipapo misturado a fuligem; ao branco, da tabatinga, e com menor frequência ao amarelo, extraído do açafraão. Sua aplicação é feita com auxílio de gravetos, taquaras e com os dedos.

Enquanto se preparavam, já começava a cantoria, no acampamento dos Yawalapiti e na aldeia do Kalapalos. A apresentação (Figura 24) foi no centro da aldeia dos Kalapalos, onde apenas os homens se apresentavam exatamente igual aos treinos no centro da aldeia Yawalapiti. Cada um fazendo um canto representando um animal.

Figura 24 – Início do Ritual.



Fonte: Foto de William Jefferson.

Conseguia-se notar as diferenças entre as vestimentas e os grafismos dos Kalalpalos e dos Yawalapiti. No centro da aldeia estava colocado um boneco, como se fosse um espantalho (Figura 25). Após a apresentação se juntavam em grupos em cantorias. O grupo colocava em volta do boneco e cada indígena que tinha primo na tribo adversária ia até o boneco, dizia algo em forma de desafio para chamar o primo para luta. Era feito tudo na língua Aruak, a graduanda nada entendia, porém explicaram que todos sempre riam, pois normalmente eram xingamentos engraçados.

Figura 25 –Espantalho.



Fonte: Foto de William Jefferson.

Durante esse momento a graduanda se emocionou, com aqueles cantos, com aquele local sendo iluminado apenas com a luz da lua cheia, com todo o conjunto que estava acontecendo. O momento que se percebe o tão pouco que o não indígena brasileiro conhece sobre os povos indígenas brasileiros. Questionamentos foram surgidos, como o porquê de aprender na escola sobre culturas europeias e saber tão pouco sobre as culturas de dentro do Brasil.

Após a apresentação todos voltaram para o acampamento, onde a aldeia anfitriã ofereceu baldes de arroz, feijão e peixe. Passaram a noite fria cantando, embaixo da lua cheia, ao lado das fogueiras e o céu estrelado. (Figura 26)

Figura 26: Céu na aldeia



Fonte: Foto de William Jefferson.

Na manhã do dia 23 de julho, o acampamento foi desfeito e todos foram para o centro da aldeia dos Kalapalo onde o ritual Jawari aconteceria. Exatamente como o Collor explicara, primeiro foram os indígenas representando os animais de cada aldeia em jogadas de flechas a distância, onde nenhum acertou a flecha no adversário. Logo após foi

feito pelos indígenas um corredor onde os primos disputavam entre si. Os Kalapalos acabaram ganhando. No final as mulheres se juntam com os homens e começa o canto treinado no dia anterior andando pela aldeia.

Durante esse dia a graduanda conversou com o comandante da etnia Yawalapiti que ficava sentado observando seus indígenas, ele explicou que o Jawari é o esporte praticado no Xingu. Também teve a oportunidade de conversar com o Renato Soares, que explicou que o Jawari é o ritual mais belo do Xingu, salientou que o Kuarup é o maior, porém triste com indígenas chorando a perda do familiar falecido, já o Jawari é um ritual bonito e alegre.

Ao final voltaram para a aldeia dos Yawalapiti, dessa vez receberam uma carona até a beira do rio.

Chegaram nos Yawalapiti na hora do almoço, onde comeram a comida típica da aldeia, peixe com beiju. Nesse dia quando estava indo para o rio, a graduanda percebeu que menina Nauira sempre se explicava com a frase; "porque eu sou forte". Na volta do rio a antropóloga explicou que as indígenas são criadas para serem guerreiras, que pode ser até reparado que as pernas da Nauira estavam raspadas. Uma prática indígena dos Yawalapiti: raspam meninas e meninos, muitas vezes até sangrar, e amarram cordões como sinônimos à fortaleza dos mesmos. A Anna Terra explicou durante uma conversa que as crianças, independente da família (de liderança ou não), são criadas para serem lideranças.

Após o banho no rio, a graduanda se aproximou das mulheres que estavam descascando mandioca e perguntou se poderia ajudá-las, e ficou mais de hora descascando mandioca. (Figura 27). Foi o momento que a aluna percebeu que aquelas indígenas se sentiam confortáveis com a sua presença.

Figura 27: Graduanda descascando mandioca.



Fonte: Foto de William Jefferson.

À noite tiveram a oportunidade de conversarem com a Anna Terra sobre diversos tópicos, porém o mais importante para o trabalho em questão foi o comentário que "o branco não sabe retratar o índio", que são feitos diversos trabalhos de não indígenas sobre indígenas, mas que nenhum indígena é comunicado. Assim, a graduanda percebeu que esse teria que ser um trabalho colaborativo com os indígenas.

A graduanda desde o segundo dia era acordada pelas crianças chamando-a pelo nome "Maía, Maía, cadê a Maía?". Por onde a graduanda ia, as crianças iam juntos, até apelidaram a graduanda como "Maía, rainha dos baixinhos".

No quarto dia reuniram-se na Casa dos Homens com algumas mulheres da Casa das Mulheres, principalmente suas lideranças, para apresentação dos seus projetos. Começou com a apresentação de duas mulheres não indígenas que por respeito não vão ter seus nomes identificados no trabalho. Com a apresentação desses dois projetos a graduanda pode perceber um pouco de alguns preconceitos que os indígenas sofrem pelos não indígenas, e como eles se sentem ofendidos com algumas declarações. A primeira não indígena apresentou um trabalho interessante, porém quando ela declarou que gostaria de retratar como as mulheres faziam suas bijuterias antes de fazerem com miangas, as indígenas se sentiram ofendidas; assim como quando a outra mulher não indígena explicou que achava um absurdo a quantidade de tempo que os indígenas estavam usando a internet e antes de terminar a conversa uma indígena se retirou para "cheçar seus e-mails", além dela sempre estar na casa da internet.

Quando as duas mulheres se retiraram conversamos com algumas indígenas e percebemos como os indígenas se sentem quando gostariam de privá-los de produtos de não indígenas, e isolados, o que representaria nada menos que um preconceito sobre os indígenas. Isso fez a graduanda perceber que, além de evidenciar a cultura dos Yawalapiti, é necessário mostrar que eles são humanos como qualquer outro e têm o direito de ter aquilo que todos os não indígenas têm. Viver na mata e ter seus costumes preservados sem privá-los de nada.

Após a apresentação das mulheres e da Aline, antropóloga, a graduanda teve a oportunidade de apresentar o seu projeto. Primeiramente, pelo nervosismo, e também pelo fato das indígenas não saberem sobre o projeto, houve dificuldades no entendimento. Objetivando facilitar o diálogo a graduanda explicou compreender que os indígenas estão exaustos de saberem de projetos sobre eles e no final nunca verem resultados, não recebendo algo em troca.

As indígenas ficaram confusas em entender como um brinquedo iria auxiliar algo sobre sua cultura; entretanto demonstraram interesse em conhecer a ideia. Pelo fato da graduanda ter resolvido não ter ideias preconcebidas antes da imersão, também sentiu dificuldades na busca de uma solução para o projeto. Mas nesta conversa inicial surgiu a ideia de um livro ou de um jogo infantil sobre a cultura indígena. Acertaram o prosseguimento da conversa para o dia seguinte.

Durante a tarde a graduanda brincou com as crianças, observou e conversou bastante com as mulheres que estavam preparando a mandioca, conheceu os macacos da aldeia; uma tarde tranquila, até que chamaram a graduanda para fazer seu "Moitara", a prática de trocas que os indígenas têm, resultou na troca de quase todos os seus pertences de roupa por bijuterias e artesanatos. A troca mais significativa para graduanda foi o do colar que ela sempre usava por uma pulseira que a indígena reclusa também sempre usava. A indígena estava reclusa em razão de na cultura dos Yawalapiti quando a menina menstrua ela é considerada preparada para aprender a ser mulher, porém ainda não é uma então durante esse período ela fica reclusa dentro da oca da família, durante o dia, aprendendo com as mulheres mais velhas a fazer os artesanatos e as bijuterias, assim como conhecer histórias da sua cultura; no ano em que a família sente que ela está preparada para ser uma mulher ela é apresentada e tem suas franjas cortadas durante o ritual Kuarup, uma forma simbólica de demonstrar que ela agora está preparada para enxergar o mundo, a luz do dia.

Nesse dia foi interessante perceber como as crianças são desapegas ou conhecem poucas imagens de si mesmas. Azumi (Figura 29) era uma criança que sempre perguntava sobre tudo, adorava perguntar, então nesse dia enquanto o William via as fotos ela veio do lado e começou a perguntar sobre tudo e dizer quem estava nas fotos. Até um momento que o William percebeu que ela não falava nada ao ver fotos dela mesma; então ele disse que era ela e ela sorriu. No último dia na aldeia a graduanda mostrou uma foto polaroid das crianças e Azumi se reconheceu.

A graduanda resolveu tirar mais fotos no seu último dia na aldeia. Também nesse dia ela constatou um fato interessante. No meio da tarde um grupo de indígenas estava assistindo pelo computador um documentário antigo de um francês sobre os Yawalapiti; quando a graduanda chegou eles começaram a explicar, "olha aquela ali é a minha avó e esse meu pai criança" e a graduanda percebeu que aquilo não era para eles um documentário e sim um arquivo pessoal dos seus antepassados.

Durante os cinco primeiros dias na aldeia a graduanda focou em conhecer a cultura e a rotina fazendo vínculos com as famílias Yawalapiti, tirando poucas fotos e apenas filmando alguns momentos com a sua pequena câmera fotográfica. Deixando para o último dia-pedir para ser pintada com o grafismo da cultura.

O último dia da graduanda começou como todos os outros com as crianças chamando a "Maía", comeram mingau de beiju, desenhou e fez aviões de papel com as crianças, conversou com as adolescentes, almoçaram peixe com beiju; a única atividade adiada para mais tarde foi o "banhar", em virtude de ventanias que aconteceram naquele dia.

Logo após o almoço as mulheres vieram "moitara" com os últimos pertences, e a visitante percebeu como toalhas são valorizadas; - as toalhas eram trocadas por artesanatos mais caros. Prosseguiram as conversas sobre o projeto, demonstrando grande interesse, porém ainda permaneciam meio confusas; então foi decidido que a graduanda continuaria seu projeto, porém o submeteria à aceitação mais tarde, quando voltaria à comunidade indígena para apresentá-lo.

Nesse dia a graduanda e seus amigos foram visitar o Posto de Saúde Leonardo criado pelos irmãos Vilas-Boas e, como sempre, Nuala a criança mais meiga e doadora de flores estava junto com a graduanda. Após a visita foram também visitar a aldeia dos Kaiumaras, uma aldeia maior que a dos Yawalapiti.

Figura 28 – Graduanda com Nuala.



Fonte: Foto de William Jefferson.

Voltando do passeio, já estava escurecendo, mas como prometido para as crianças foram dar o último mergulho no rio e na volta a graduanda passou e ficou um tempo na oca onde mais se passava o tempo, com a família que a acolhera nesses dias. Todos os dias a graduanda falava que gostaria de uma história, e todos os dias falavam que a avó iria contar, mas ela nunca contava. Entretanto, durante a última noite a avó falou que gostaria de "moitara" o chinelo da graduada e ela falou brincando:

"Em troca de uma história".

E foi concedida a troca, a graduanda sentou nas redes com as indígenas adolescentes e elas foram traduzindo as histórias para elas contadas pela avó; uma sobre a onça e outra sobre o genro que distribuiu as partes da sogra para os animais.

No final, todos foram privilegiados por ganharem vários presentes, uma forma de o indígena mostrar gratidão.

No dia seguinte partiram de volta.

Desse mapa mental foi feita uma análise observativa do geral e uma análise interpretativa, com o intuito de achar soluções para a problemática do projeto em questão.

Podendo assim, começar a etapa “Criar” do kit de ferramentas de estratégias “Centrado no Ser-humano”.

3.2 PÚBLICO ALVO

Em relação à segmentação do público alvo trata-se de um produto lúdico destinado a crianças de 4 a 7 anos. Segundo Rudolf Steiner (2014), fundador da Antroposofia, e da pedagogia Waldorf, o desenvolvimento do ser humano se divide em setênios, períodos de sete anos. No primeiro setênio tem início o trabalho da individualidade da criança; é a época em que o ser humano constrói seus valores internos em relação ao próximo, assim “o polo superior do corpo, do pensar, torna-se independente”. Até os 3 anos a criança aprende por imitação inconsciente, normalmente do adulto a sua volta. Já a partir dos 4 anos a criança formou o seu “Eu” interior e se reconhece como um único ser humano, diferente da sua mãe (pensamento que começou a partir dos 3 anos), assim criando uma imitação mais consciente, a fantasia.

Segundo Jean Piaget, psicólogo suíço, a mente da criança evolui ao longo de quatro estágios que se enquadram em uma epistemologia genética. O primeiro estágio é o “sensório-motor”; o segundo é o “pré-operatório”; o terceiro é o “operatório concreto”; e quarto é o “operatório formal”. As crianças do estudo dessa pesquisa se enquadram na etapa do “pré-operatório” onde se encontram crianças entre os 2 e os 6/7anos. O desenvolvimento físico deste grupo é contínuo e gradual. A primeira idade é onde a criança está iniciando a se desenvolver socialmente, emocionalmente e mentalmente; quando está com 5 anos, a criança já deve ter aprendido padrões de comportamentos básicos da sociedade, começando a aprender a avaliar as situações certas e erradas.

”Observando e estudando mais profundamente o que acontece com a criança antes dos sete anos, compreendemos que brincar é a necessidade orgânica e que a forma como a criança se expressa e os brinquedos que damos para ela, tem uma profunda influência sobre o trabalho plasmador que ocorre no interior de seu organismo, porque ao mesmo tempo em que a criança está totalmente voltada para o seu interior, ela é aberta e muito

sensível a tudo que está ao seu redor. Forma, cor e decoração da sala, o tipo de brinquedos e tudo o que a criança vivencia em seu meio ambiente fazem-lhe impressões no sentido mais literal da palavra: imprimem-se em seu corpo físico e determinam saúde ou doença, para vida toda”. (Ignácio, 1993)

Assim, entende-se que esse período é essencial para o desenvolvimento de valores no ser humano.

Segundo Falcão (1998) podemos identificar nas fases de crescimento da criança, períodos onde seu aprendizado é mais voltado a determinadas áreas. Ela aponta que durante o período das crianças em questão:

- Crianças de 5 anos vestem suas roupas e usam tesoura sem o auxílio de um adulto. Gostam de velocidade e desafios. Querem entender como o universo funciona. A capacidade de memória é limitada. O período com atenção concentrada é curto.
- 6 a 8 anos: autonomia em relação aos pais. Clara diferenciação entre os sexos. Importância do grupo. Interesse em jogos e desafios intelectuais. Começam a assumir algumas responsabilidades, como cuidar de um animal. Começam a ler e escrever frases mais longas. Iniciam o comportamento colecionador, pois valorizam os detalhes e as informações contidas nos brinquedos e objetos. A coleção é uma forma de conservar fragmentos de experiências e de ter contatos sociais (trocas).

Falcão (1998), também, identifica características em comum da faixa etária das crianças em estudo:

- A criança está em um estágio de autonomia emergente, aparecendo assim as brincadeiras relacionadas com fantasia, surpresa e faz-de-conta, usadas para a descoberta e o aprendizado dos fatos.
- O efeito de “transformação” encanta por parecer mágica. Crianças menores de 3 ainda não têm a sofisticação cognitiva para discernir o processo de transformação que alguns objetos e brinquedos mostram. Já as crianças maiores também se encantam com o efeito de

“transformação” por parecer mágica, porém “sabem qual é o truque”, assim os artigos devem ter apelo mais fantasioso para estas crianças.

- Apresentam o sentimento do cuidar (adotar): a criança cuida da boneca, do brinquedo, do animal ou do personagem.
- Emulatório: a criança imita ou quer ser como a pessoa, o animal ou personagem.
- Neste período aparece a busca pelo poder e pelo controle de situações como necessidade básica de sobrevivência. Daí o sucesso dos super-heróis e dos personagens lutadores, principalmente aos meninos.
- Seu entendimento é pré-lógico e intuitivo.
- Bipolar: pensa em termos de preto ou branco, bom ou mal, sem habilidade de perceber nuances.
- “Irreversibilidade”: seu pensamento vai em uma só direção, sem voltar ao início.
- Sua moral é pré-convencional, isto é, ainda não formou uma moralidade avançada ou senso do que é certo ou errado, bom ou mal; independente dos valores dos adultos, ela aceita o que lhe é dito por moralidade.

Por ser um projeto com a meta de promover novos conceitos de valores, não há uma opção a uma determinada classe social. É para todas as classes, pois é um produto que qualquer criança, independente de sua classe, poderá utilizar. Entretanto, é um produto que terá seus custos, como o custo do material, a customização (visa gerar um produto de mão de obra brasileira), entre outros custos.

Nesse contexto, seriam necessárias políticas públicas de incentivo ao uso do produto para que ele seja inserido em todos os ambientes. Isso não será abordado neste trabalho, mas ficam citadas as possibilidades de uso do produto e de inserção em contextos diferentes.

3.2.1 Painel Semântico de público alvo

Uma ferramenta que por meio de imagens (Figura 30), algumas caracterizando do público alvo, como meio de melhorar o entendimento sobre o universo do mesmo e desenvolver referências para o desenvolvimento deste projeto.

Figura 30 - Painel semântico



Fonte: Desenvolvido pela autora

3.2.2 Personas e cenários

A criação de personas e cenários é um método utilizado para um melhor entendimento sobre as características que norteiam o público alvo e o ambiente em que ele está inserido. Esta técnica descreve pessoas bem definidas a partir das pesquisas feitas com pessoas reais (Pazmino, 2010).

João (Figura 31) tem sete anos, mora em Florianópolis e está no segundo ano de uma escola particular. João já sabe ler e escrever, é uma criança curiosa que adora aprender coisas novas, principalmente sobre outros países. Ele estuda pela manhã e de tarde vai para casa dos seus

avós, onde passa as tardes jogando jogos de tabuleiros e escutando histórias de seus avós. Seus pais o buscam de noite, mas nos finais de semana tentam fazer alguma atividade em família. Nos finais de semana adora ir à praia e ficar em casa com os seus pais.

Figura 31 – Persona João



Fonte: Pinterest (2016)

Mariana (Figura 32) tem 5 anos, mora em São Paulo e está no primeiro ano de uma escola particular, em período integral, começou a alfabetização esse ano. Mariana é uma criança delicada, tímida e bastante sonhadora. Seu passatempo favorito é brincar de faz-de-conta com as suas duas melhores amigas. Depois da escola vai para sua aula de dança ou para natação. Tem pouco tempo para ficar com a sua família durante o dia, mas todas as noites seus pais, alternadamente, lhe contam histórias para dormir. Nos finais de semana gosta de convidar suas amigas para irem até sua casa ou vice-versa, além de criar jogos e brincadeiras com a sua família.

Figura 32 – Persona Mariana



Fonte: Pinterest (2016)

Gustavo (Figura 33) é um menino de 6 anos, estudante de escola pública, de Brasília, onde fica em período integral antes de sua mãe chegar para buscá-lo para levá-lo para casa. A maior característica de Gustavo é de ser um menino brincalhão e com muita fantasia em sua mente, fruto da sua imaginação, seu amigo Bilu está com ele em todos os momentos. Gustavo tem um irmão mais velho de 9 anos e adora passar seu tempo fora da escola brincando com ele, mas percebe que seu irmão gosta de brincar mais de jogos com algum objetivo. Quando não está com seu irmão está brincando em seu quarto de fantasia ou assistindo seus desenhos favoritos na televisão.

Figura 33 – Persona Gustavo



Fonte: Pinterest (2016)

3.3 ANÁLISE DE SIMILARES

Esta análise serve para evidenciar os produtos que se encontram no mercado. Segundo Pazmino (2010), esta análise é importante para que sejam evitados plágios e reinvenções, e também como forma de avaliar o que pode ser melhorado ou otimizado para a criação deste projeto.

Foram realizados três tipos de pesquisa de similares, brinquedos que já são usados pelos indígenas, uma pesquisa online e outra em lojas físicas.

3.3.1 Brinquedos indígenas

Hoje, são encontrados em lojas com produtos educativos ou em feiras onde são vendidos pelos próprios indígenas, réplicas de brinquedos de sua própria cultura.

A figura 34 representa os brinquedos indígenas são: (não são necessariamente produtos da etnia Yawalapiti).

Figura 34 – Brinquedos Indígenas.

BRINQUEDOS INDÍGENAS

(NÃO NECESSARIAMENTE DA ETNIA YAWALAPITI)



ARCO E FLECHA

Composto por um arco de madeira amarrado com tiras de cipó que, quando esticado, projeta a flecha para frente.



PETECA

Variam de acordo com cada etnia indígena. Possuem uma base mais pesada, de penas ou de palha, enfeitando e dando a estabilidade quando estão no ar.



BILBOQUÊ

Uma bola com um furo, presa por um barbante a uma haste de madeira. O objetivo é acertar a haste no buraco sem o auxílio da outra mão.



KABULETÊ

Instrumento musical que tem um pequeno tambor preso a uma haste de madeira com dos barbantes nas laterais finalizados por sementes que batem no couro que geram um som de batida.



MARACÁ

Chocalho indígena, geralmente feito com cabaça preenchida por sementes.



PAU DE CHUVA

O mesmo princípio do chocalho, porém sua forma é cilíndrica alongada, assim quando girado o som que emite se assemelha ao barulho de chuva caindo.

Fonte: Desenvolvido pela autora.

3.3.2 Brinquedos com influências da cultura indígena.

Constatou-se, através de uma pesquisa de similares online, que o indígena é retratado, na maioria das vezes, com influências dos índios norte-americanos (Figura 35). Não se achou nenhum produto com características da cultura indígena que tivesse o objetivo de ser educativo.

Figura 35 – Produtos com referencias Indígenas.



Fonte: Pinterest (2016)

3.3.3 Brinquedos com influências indígenas encontrados no mercado.

Em uma pesquisa em lojas físicas, a autora encontrou dois produtos para crianças com características indígenas. Ambas de marcas brasileiras, porém um com influência dos indígenas norte-americanos e o outro retratando o indígena brasileiro da Amazônia. (Figura 36)

Tabela 4 - Produtos no Mercado

Produtos no mercado

Retratam o indígena

Informações encontradas no site de cada loja



"Eles tem uma canoa, saem para pescar, contam histórias, respeitam a natureza e estão prontos para muitas aventuras. Prepare-se para se divertir o dia inteiro, Cara-pálida!"

Informações Técnicas:

- Conteúdo da embalagem: Total de 6 itens (sendo 4 bonecos articulados e desmontáveis)
- Personagem: 4 Índios, 1 Jacaré e 1 Canoa
- Material: Madeira pinus de reflorestamento (certificada).
- Peso aproximado do produto na embalagem (kg): 270 gr.
- Dimensão aproximadas do produto na embalagem (cm): 8cm x 11cm x 17cm (A x L x P).
- Certificação InMetro: Certificado 0220/2014-BRI-2



"A maior floresta do mundo tem indiozinho, macaco, onça e até tamanduá. Tem também tucano e arara de montão. A Amazônia é realmente um lugar maravilhoso para brincar e aprender com a mãe natureza.""

Informações Técnicas:

- Conteúdo da embalagem: Total de 10 peças, sendo que 7 são animais da Amazônia, todos com decalque, articulados e desmontáveis+ 3 bonecos indiozinhos articulados e desmontáveis.
- Personagem: 1 tamanduá, 1 tucano, 1 arara, 1 papagaio, 1 macaco, 1 sapo, 1 onça, e 3 índios.
- Material: Madeira pinus de reflorestamento (certificada).
- Peso aproximado do produto na embalagem (kg): 430 gr.
- Dimensão aproximadas do produto na embalagem (cm): 11cm x 21cm x 23cm (A x L x P).
- Certificação InMetro: Certificado 0220/2014-BRI-2



Kit Indígena com 1 Índio, 1 Índia, 1 Bebê e 1 Tenda.

"O Kit é composto de 3 Bonecos de madeira representando um casal de índios com bebê carregado nas costas e uma tenda de índio. Vestidos com roupas de tecido de algodão cru e enfeites de fita cetim. Os membros são articulados permitindo ficar em pé ou sentados. Os cabelos são de lã. Olhos e boca são pintados de forma estilizada."

Faixa etária: Mais de 3 anos

Medidas: Altura dos bonecos de 14 cm e da tenda 30 cm.

Fonte: Desenvolvida pela autora

3.4 O PROCESSO DO HCD – C – CREATE - CRIAR

“Para transformar pesquisas em soluções para o mundo real, é preciso passar por um processo intermediário de síntese e interpretação”. (HCD, 2001, p.52)

Após a conclusão das etapas anteriores, iniciou-se a etapa do "Criar". Para o seu desenvolvimento é necessário analisar as informações coletadas durante a etapa do "Ouvir" junto com as pesquisas, buscando inspirações para o desenvolvimento das alternativas que correspondem aos requisitos estabelecidos.

3.4.1 Identificando Padrões

A primeira parte da etapa "Criar" consiste em analisar o que foi coletado. Como é citado no guia de ferramentas: "Extrair sentido da pesquisa se faz através da observação de padrões, temas e macro relações entre a informação” (HCD, 2001. Pg. 64). O método utilizado para tal análise foi o de "Extrair insights principais", uma ferramenta apresentada pelo guia.

O método de "Extrair insights principais" permite ver o desafio estratégico sob outra maneira. Os insights são como revelações, "coisas inesperadas que nos fazem prestar atenção" (HCD, 2001. Pg.64).

Foi utilizado o método de combinação entre uma observação e uma frase dita em uma entrevista originando um insight. Como na Tabela 4, mostrada abaixo, onde são apresentados alguns insights realizados pela graduanda.

Tabela 5 – Insight.

TABELA DE INSIGHTS
COMBINAÇÃO ENTRE OBSERVAÇÕES E FRASES

	OBSERVAÇÃO	+	FRASE	=	INSIGHT
1	Os indígenas não tem ganância		"O índio não vê o motivo de produzir mais do que precisa"		MOstrar pelo brinquedo que a CRIANÇA NÃO PRECISA TER MAIS DO QUE O NECESSÁRIO.
2	A importância do Parque Xingu para a ecologia mundial		"O Xingu chega a ser uma poupança para humanidade"		UM BRINQUEDO QUE MOSTRE A IMPORTÂNCIA DO PARQUE
3	As meninas são criadas para serem guerreiras, serem como lideranças nas aldeias.		"Porque eu sou forte" Nauri - 8 anos		UM PRODUTO QUE EVIDENCIE A MULHER/ÍNDIA GUERREIRA E FORTE
4	Como pessoas não-indígenas sabem tão pouco sobre a cultura dos indígenas.		"Como sabemos tão pouco sobre eles" William Jefferson - graduando/fotógrafo		CRIAR UM PRODUTO QUE EVIDENCIE A ROTINA, OS COSTUMES E A CULTURA DOS YAWALAPITI
5	Pais que querem tirar o filho do virtual ou apenas querem ter momentos participativos.		"Pais procuram brinquedos para passar mais tempo com seus filhos" Proprietária da Loja Casa na Árvore		CRIAR UM BRINQUEDO QUE PROPORCIONE UMA CONVIVÊNCIA ENTRE PAIS E FILHOS
6	Carência de produtos sobre os indígenas brasileiros no mercado		"Importante ter um produto que represente os índios pelo que eles são, sem um olhar de colonizador"		CRIAR UM PRODUTO QUE EVIDENCIE A ROTINA, OS COSTUMES E A CULTURA DOS YAWALAPITI
7	A crianças na maioria das vezes tem a ideia que existe apenas um tipo de índio.		"Nossa esses índios nem existem, eles falam a nossa língua?"		PRODUTO SOBRE A CULTURA DOS YAWALAPITI, PORÉM EVIDENCIANDO QUE SÃO 1 DAS 300 ETNIAS
8	Mais de 80% dos pais da entrevista procuram produtos educativos para os seus filhos		"82,8% dos pais assinalaram que procuram produtos educativos"		SER UM PRODUTO QUE DESPERTE A CURIOSIDADE NAS CRIANÇAS E O INTERESSE DOS PAIS NA ESCOLHA
9	Conhecer uma nova cultura é uma forma de aprender a respeitar as diferenças		"Pois possibilita a criança a conhecer outras formas de viver, sentir, de comer, de pensar!"		CRIAR UM PRODUTO QUE EVIDENCIE A ROTINA, OS COSTUMES E A CULTURA DOS YAWALAPITI

Fonte: Desenvolvida pela autora.

3.4.2 Criando áreas de oportunidades

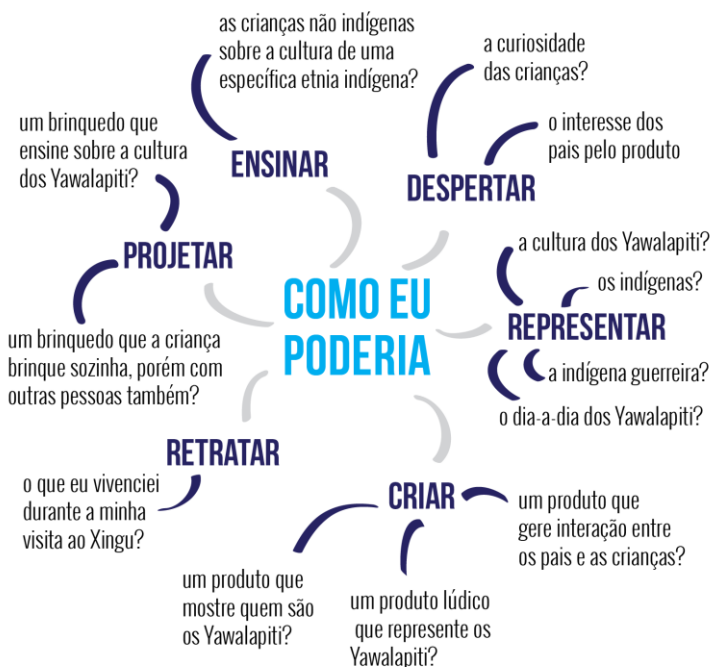
"Oportunidade é a rearticulação dos problemas ou necessidades encontradas de forma a inspirar a geração de novas ideias" (HCD, 2001. Pág. 71). Após ter extraído insights sobre o tema do projeto, passou-se para o processo de traduzir esses insights em oportunidades.

Foi utilizada a técnica apresentada pela ferramenta do HCD, onde as oportunidades começam com uma frase "Como eu poderia" em forma de um modelo mental. Como realizado na Figura 36.

Figura 36 –Áreas de oportunidades.

MODELO MENTAL

ÁREAS DE OPORTUNIDADE



Fonte: Desenvolvido pela autora.

3.4.3 Brainstorm de novas soluções

Com as perguntas do modelo mental da Figura 38 foi evidenciada a necessidade de ser um produto que sirva para divulgar as histórias dos indígenas: seu cotidiano, tradições e mitos. Foi gerado um brainstorm mental (Figura 37) mostrando a linha do tempo de como a ideia do produto foi surgida.

Figura 37 –Novas Soluções.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Como foi registrado durante a imersão que os indígenas não apreciam terem suas histórias e tradições contadas apenas pelo olhar do não indígena, as histórias expostas no produto teriam que ser elaboradas em um projeto co-participativo com os indígenas da aldeia. Necessitando assim uma nova imersão em contexto.

Assim, com a impossibilidade de ser feito uma nova imersão a curto prazo, a graduanda elaborou uma nova alternativa, onde o produto final serviria de auxiliador na explicação/contação de histórias sobre o povo Yawalpiti, da aldeia Palushayupiti.

Foi então constatada a necessidade de realizar uma nova entrevista, com uma profissional da área de contação de contos infantis. Foi necessário retroceder à etapa do "Ouvir", porém agregando mais informação ao "Criar", com o objetivo de auxiliar na busca de uma melhor solução para o projeto.

A técnica utilizada foi de "Entrevista com especialistas" com o seguinte Guia de entrevista:

1. Conte-me um pouco sobre você.
2. Há quanto tempo você é “contadora de histórias”?
3. O que você sente quando está contando histórias para crianças?
4. Você pode me explicar um pouco sobre a importância da “Hora do Conto” para você?
5. Como as crianças reagem?
6. Você usa algum artefato?
7. Qual é a importância de objetos na história?

Foi realizada uma entrevista com Sandra Ferreira, pedagoga e contadora de história e o resultado de sua entrevista segue abaixo:

1. Conte-me um pouco sobre você.

Sou pedagoga há 30 anos, fiz gestão de biblioteca escolar durante 18 anos. Foi o período mais feliz da minha vida profissional. Meu projeto de organização e funcionamento de biblioteca tem como ponto central a criança, portanto todas as ações, acervo, mobiliário convergem para as fases do letramento. Isso torna a criança SUJEITO desse espaço (da biblioteca), onde ela consegue, sob orientação, agir e interagir de modo autônomo.

2. Há quanto tempo você é “contadora de histórias”?
- Há 18 anos conto histórias.

3. O que você sente quando está contando histórias para crianças?

Sinto muita alegria, é um deleite ver o encantamento das crianças, vê-las, senti-las expressando suas emoções. Ocorre uma troca de energia intensa, energia pura porque as crianças são puras. É muito gratificante! Já disse Fernando Pessoa: "o melhor do mundo são as crianças".

4. Você pode me explicar um pouco sobre a importância da “Hora do Conto” para você?

"As estórias são bálsamos medicinais" segundo Clarissa P. Estes (trecho do livro “Mulheres que correm com os lobos”). Elas curam. É muito importante para o desenvolvimento emocional das crianças ouvirem histórias de todos os gêneros. Quando ouvem histórias aprendem a lidar com as situações da vida, com seus medos, com suas frustrações, além de desenvolverem a linguagem e ampliarem o léxico. Quanto mais a pessoa domina a sua língua tem mais conhecimento e senso crítico. Além disso, ouvir histórias aproxima a criança do contador, ou seja, estabelece-se um forte vínculo afetivo.

5- Como as crianças reagem?

Ouvem atentas. Participam, opinam, riem, discordam. É nesse momento que se estabelece o vínculo afetivo com a contadora.

6- Você usa algum artefato?

Sim, objetos relativos à estória, e também alimentos e música.

7- Qual é a importância de objetos na história?

Trazer algo concreto do conto para perto dos ouvintes. Isso fortalece e valoriza a prática. Também aproxima a fantasia da realidade.

Com essa entrevista evidenciou-se a importância de ter um artefato como auxiliador na hora do conto para crianças. Resultando em direcionamento para as gerações de alternativa; "Ser um produto acompanhado de um livro ilustrado sobre a cultura dos Yawalapiti".

3.4.4 Análise Sincrônica em relação à função

Com a decisão de criar um produto que será acompanhado de um livro de história (conceitual) sobre a etnia Yawalapiti, foi criada uma análise sincrônica (Figura 40) dos produtos semelhantes com foco nessa função. A análise sincrônica visa reunir os produtos existentes no

mercado ou projetos conceituais semelhantes ao produto a ser desenvolvido. Essa análise é importante para estudar quais soluções, materiais e formas já foram pensadas para o mesmo produto. É importante também para que o projeto desenvolvido proponha outras inovações e não fique muito parecido com o que já existe.

A Análise Sincrônica (Tabela 6) foi realizada por meio de uma visita a uma loja de livro, Sur Livraria, situada no Mercado de São Jorge, em Florianópolis, com os produtos presentes no local.

Tabela 6 - Analise Sincrônica

ANALISE SINCRÔNICA

BOX COM LIVROS

CAT IN THE HAT BOOKS



Maleta com conjunto de 3 livros

Fácil transporte

Frente - chamada

Verso - explicação do que contém na maleta

Recomendado para crianças de menores

Importado

MINHA MALETA DE ARTISTA



Maleta com 1 livro, placas de molde, adesivos, carimbo, lápis e canetinhas

Pertence a uma coleção de 4 “Minha maleta de artista”

Foco na brincadeira depois no livro

Não recomendado para menores de 3 anos

Frente - chamada

Verso - explicação do que contém na maleta

Importado

LEIA E MONTE



Maleta com 1 livro e peças para montar o dinossauro

Pertence a uma coleção de 3 “Leia e Monte”

Foco igualado livro e Brinquedo

Criança com aparência de 8 anos na capa

Não recomendado para menores de 3 anos

Frente - chamada

Verso - explicação do que contém na maleta

Nacional

Fonte: Desenvolvida pela autora

3.4.5 Pesquisa de Referencial Estético

Após a Análise Sincrônica identificou-se a necessidade de pesquisar referencial estético. A busca de produtos que apresentem características estéticas que darão suporte à geração de alternativas. Buscou-se apresentar produtos que apresentam forma básica e delicada. O produto deve seguir uma linha clássica, mais simples e com características minimalistas, pois esta é uma tendência que se verifica nos produtos da atualidade. (Figura 38)

Figura 38 – Referencial Estético

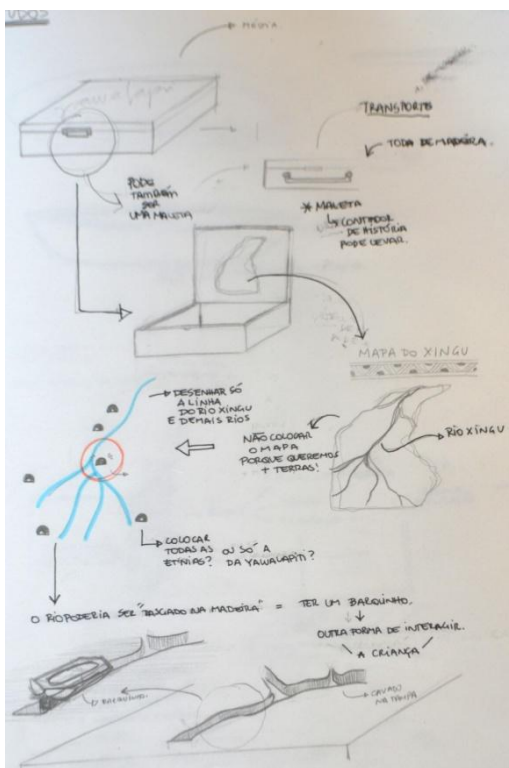


3.4.6 Gerações de Alternativas

A decisão em criar elementos que serviriam de auxiliares durante a contação de histórias e para que as crianças, brincando, descobrissem a cultura dos Yawalapiti, como uma forma de elas vivenciarem de forma lúdica essa nova cultura, resultou em gerações de alternativas.

A primeira alternativa (Figura 39) seria uma maleta; na parte interna da sua tampa estariam registrados os caminhos dos rios do Xingu; esses caminhos teriam um vinco para permitir o encaixe de barquinho de madeira para percorrer os rios. Também teria um conjunto de bonecos representativos dos indígenas Yawalapiti acompanhados de um livro. Tudo guardado na maleta.

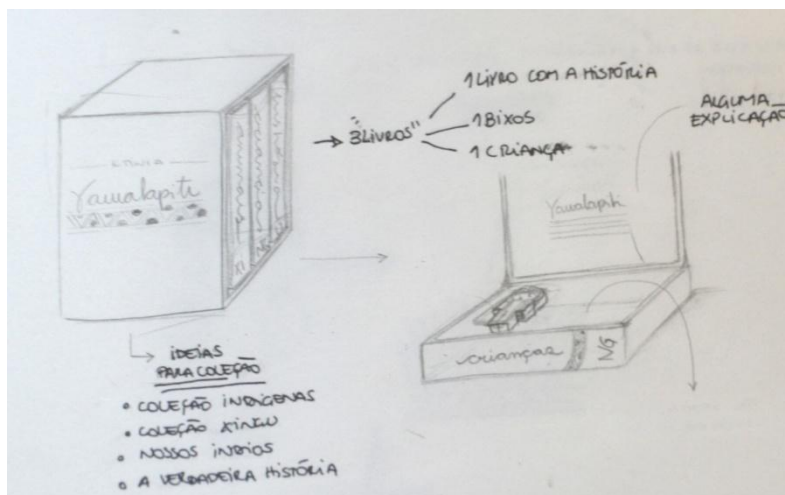
Figura 39 – Geração de alternativa I



Fonte: Desenvolvida pela autora

A segunda alternativa (Figura 40) seria como um box de livros, porém onde dois desses seriam caixas para contemplar os elementos e o último seria o livro de história dos Yawalapiti. Como os indígenas Yawalapiti têm fortes conexões com animais, existem grafismos sobre tais, considerou-se ter, além de bonecos indígenas, também bonecos representando onças e outros animais da região.

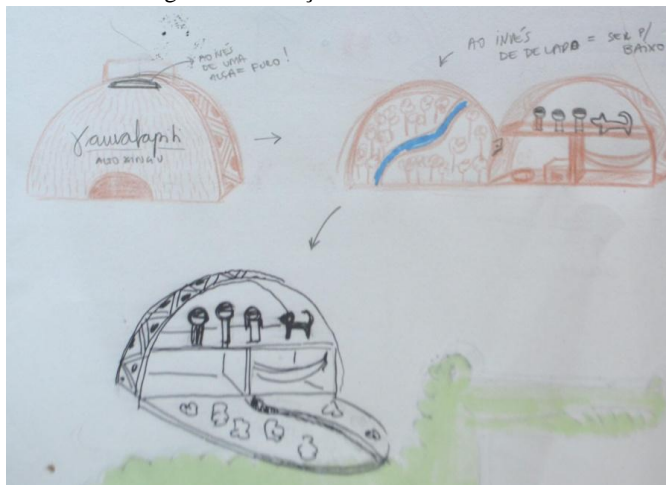
Figura 40– Geração de alternativa II



Fonte: Desenvolvida pela autora

A terceira alternativa (Figura 41) seria como uma "Casa de Bonecas", porém em forma de oca e com elementos presentes na aldeia. Quando aberta, a tampa faria parte do cenário, assim gerou três alternativas de abertura.

Figura 9 – Geração de alternativa III



Fonte: Desenvolvida pela autora

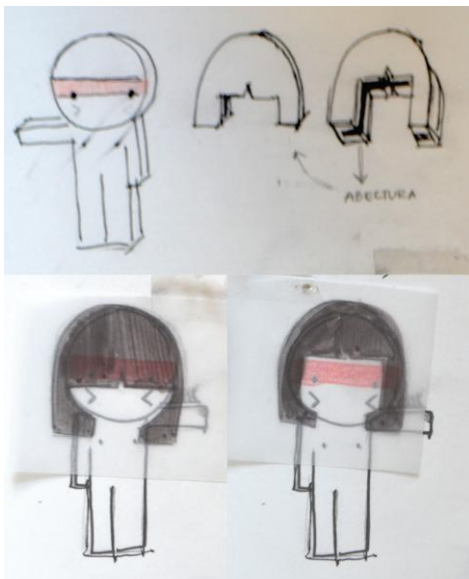
Considerando que o produto servirá como acompanhante de um livro ilustrado, determinou-se que o conceito da segunda alternativa seria a escolhida para direcionamento do projeto.

A primeira ideia pensada para os bonecos representantes do povo Yawalapiti foi que esses apresentariam acessórios como forma de auxiliar entendimento dos elementos e características da cultura Yawalapiti.

Para as meninas (Figura 42), encaixes de cabelo, sendo que um teria a franja curta e outro a franja longa que cobrisse os olhos. Pois, na cultura Yawalapiti, o fato das meninas ficarem menstruadas representa que elas estão se preparando para se tornar mulheres, então elas ficam de um a dois anos reclusas dentro de suas ocas durante o dia, aprendendo sobre histórias de seus antepassados, e a fazer artesanatos e bijuterias. Enquanto isso, elas não cortam a franja e permanecem assim até quando as suas mães julgam que já estão preparadas para serem mulheres, então suas franjas são cortadas durante o ritual do Kuarup, fato explicado pelos indígenas durante a imersão em contexto.

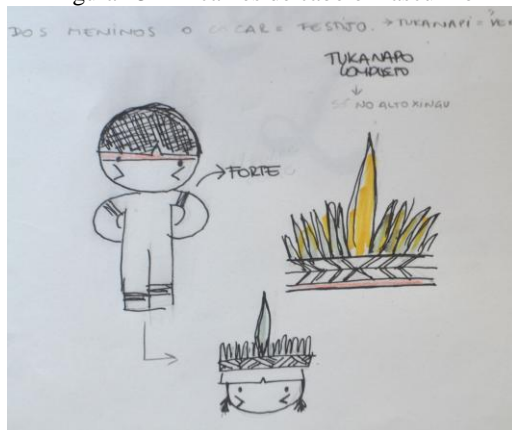
O encaixe para os meninos seria do "Tukanapo completo", uma coroa de penas de tucano e arara usada pelos homens em eventos importantes. (Figura 43)

Figura 42 - Encaixes de cabelo feminino.



Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 43 - Encaixes de cabelo masculino



Fonte: Desenvolvida pela autora

Essas duas características, os encaixes, não permaneceram no projeto, pois teriam que ser de uma espessura maior do que a dos outros

bonecos, o que aumentaria a largura das caixas dos bonecos, resultando em bonecos se desencaixando de seus "berços". Além do motivo ético de serem fortes significados dentro da cultura dos Yawalapiti.

Para os bonecos, foi gerada alternativa de serem representações das crianças (Figura 44) com as quais a graduanda conviveu durante a sua imersão na aldeia. Percebeu-se nas crianças características bem específicas, onde cada uma poderia representar um elemento forte da cultura Yawalapiti. Assim, foi decidido que a história do livro seria uma história contada por essas crianças como segue.

Figura 44 - Graduanda com as Crianças Inspiradoras para o Trabalho



Fonte: Fotografia William Jefferson

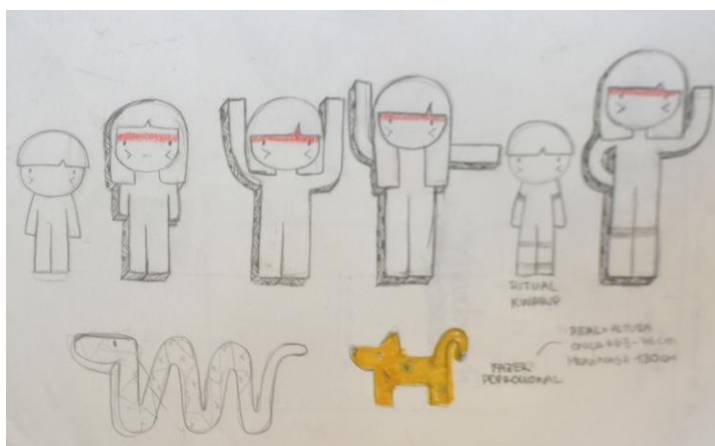
As crianças escolhidas para serem representadas na história foram:

- Nauira: representa a menina guerreira, criada para ser uma liderança da tribo.
- Azumi: uma menina curiosa; na história ela é quem faz as perguntas.
- Nele: uma menina sapeca, ela representa a liberdade da criança indígena e a sua conexão com a natureza

- Nuala: uma menina meiga, ela representa o afeto e a simplicidade das relações.
- Bruno: com seu sonho de ser cantor de ritual.
- Kaminapua: um menino companheiro e leal para Bruno.

As primeiras alternativas (Figuras 45) eram de bonecos mais simplificados, onde sua expressão se dava pelo formato do movimento do corpo do boneco, basicamente do braço.

Figura 45- Bonecos simplificados














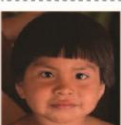

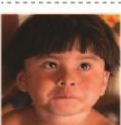

Fonte: Desenvolvida pela autora

Decidiu-se fazer bonecos com mais características, trazendo um apelo sentimental e de reconhecimento dos personagens da história que será contada no livro. Foi feita uma seleção de fotos de cada criança, assim podendo fazer uma elucidação das fotografias gerando bonecos com as maiores características físicas das crianças, ~~logo~~ que se transformaram nos personagens da história.

Assim criou-se alternativas/desenhos de cada criança. Gerou-se uma tabela (Tabela 7) como forma de representar essa caracterização dos bonecos inspirados nas crianças da aldeia.

Tabela 7 - Desenho das Crianças.

 $+$  $=$ 

AZUMI		CURIOSA	
NAURA		GUERREIRA	
NELE		LIVRE	
NUALA		GENEROSA	
BRUNO		RITUAL	
KAMINAPUA		COMPANHEIRO	

Fonte: Desenvolvida pela autora.

Após a geração da alternativa para os bonecos representantes dos indígenas passou-se a gerar alternativas para os bonecos representante dos animais.

Com a ajuda de um indígena da tribo, Collor Yawalapiti, um dos lutadores, que explicou sobre o ritual Jawari, a graduanda fez a seleção dos animais que seriam representados na história.

Primeiramente, ela escolheu os animais que são representados nos artesanatos: borboleta, peixe e sucuri (Figura 47).

Em seguida os animais que são representados durante os rituais:

- Gaivotas - os homens menos fortes, porém corajosos: em rituais são os primeiros na "fila" de apresentação.
- O gavião - o mais forte: em rituais são os primeiros a arremessar flechas a longa distância.
- A onça - representando os lutadores fortes.

Figura 46 - Representação Animal.



Fonte: Fotografia William Jefferson.

Por último, também se decidiu representar o jacaré e o macaco, por serem personagens muito citados nas brincadeiras diárias das crianças.

As primeiras alternativas dos animais, assim como dos bonecos, eram mais simplificadas. O estudo do gavião e da gaivota foi por meio de uma elicitación de imagens reais de tais animais, demonstrado na Tabela 6.

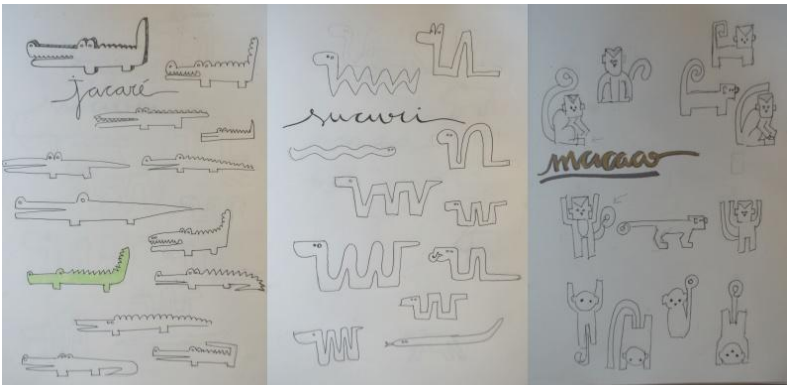
Tabela 8 - Elicitação de Animais



Fonte: Desenvolvida pela autora.

Os restantes dos animais foram resultados de gerações visuais (Figura 47) de cada um, como os do jacaré, sucuri e macaco.

































Figura 47 - Gerações Visuais dos Animais



Fonte: Desenvolvida pela autora

Após as gerações de alternativas de cada animal foi escolhida a alternativa mais adequada para o projeto de cada um. Então, promovendo um estudo com todos reunidos possibilitando a criação de uma alternativa final para cada, onde seus formatos aparentam similares dando uniformidade aos produtos. Essa escolha é representada na Tabela de Estudo para protótipo dos animais apresentados na Tabela 9.

Tabela 9 - Gerações Visuais dos Animais

ESTUDOS PARA PROTÓTIPO				
ANIMAIS				
BORBOLETA				
MACACO				
GAVIÃO				
ONÇA				
GAIVOTA				
PEIXE				
SUCURI				
JACARÉ				

Fonte: Desenvolvida pela autora

Além disso, foi gerado um estudo de como eles ficariam dispostos em seu compartimento, apresentado na Figura 48.

Figura 48 – Estudo posição



Fonte: Desenvolvida pela autora

Foram impressas as figuras dos animais para obter uma melhor visualização sobre os mesmos, assim notou-se que o desenho do boneco que simboliza a onça estava inferior aos demais, além de não retratar a força que a onça tem para os indígenas. Desta maneira foi elabora um estudo para pré-desenho do boneco onça. (Figura 49)

Figura 49 – Figuras dos Animais Impressas

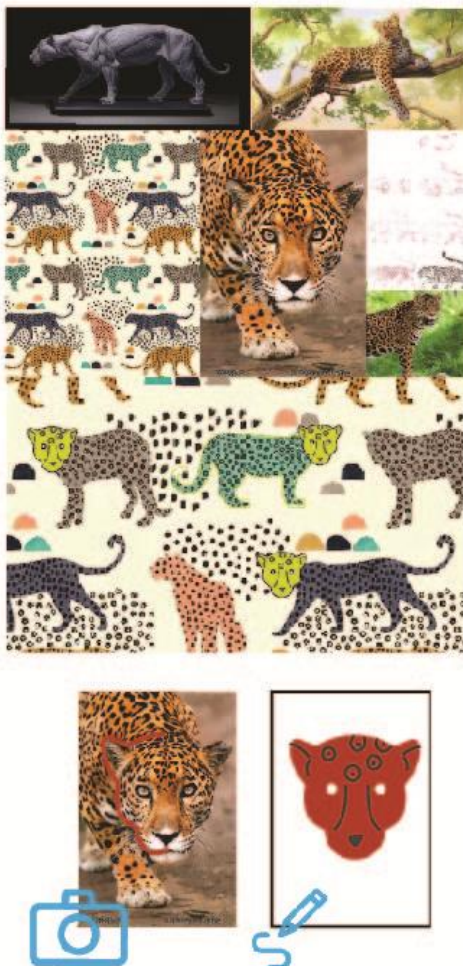


Fonte: Desenvolvida pela autora

Primeiramente, pesquisou referências visuais e se fez um estudo com a elicitção da imagem do rosto de uma onça, em seguida um

estudo para determinar a posição, resultando em uma onça mais detalhada e melhor caracterizando uma onça real. (Figura 50).

Figura 50 - Elicitação do Rosto de uma Onça



Fonte: Desenvolvida pela autor.

3.5 O PROCESSO DE HCD - D - DELIVER – IMPLEMENTAÇÃO

A implementação significa a etapa final do processo HCD, onde os resultados começam a ficar mais palpáveis: tudo o que foi estudado, observado e entendido começa a ser aplicado e implementado no projeto prático.

3.5.1 Refinamento e Adequação da Alternativa Seleccionada

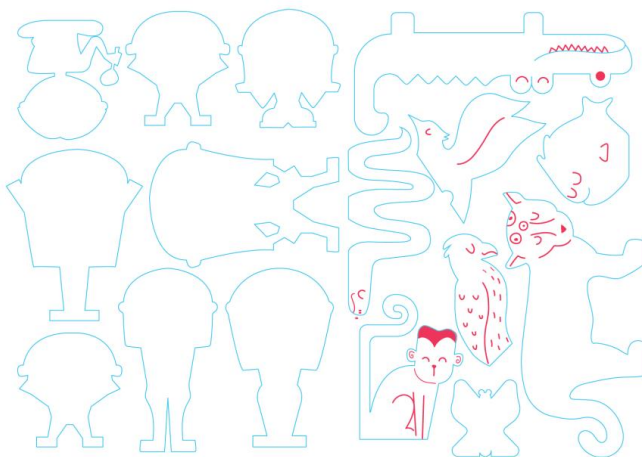
Após ter escolhido a alternativa, um conjunto com duas caixas, uma com bonecos representando os animais e outra representando as crianças indígenas da história acompanhado por um livro ilustrado, então foi gerado o primeiro protótipo dos bonecos (Figura 51, feito por empilhamento de papel Kraft de 3 mm, cortados no corte a laser com o desenho da Figura 52).

Figura 51 - Primeiro Protótipo



Fonte: Desenvolvida pela autora

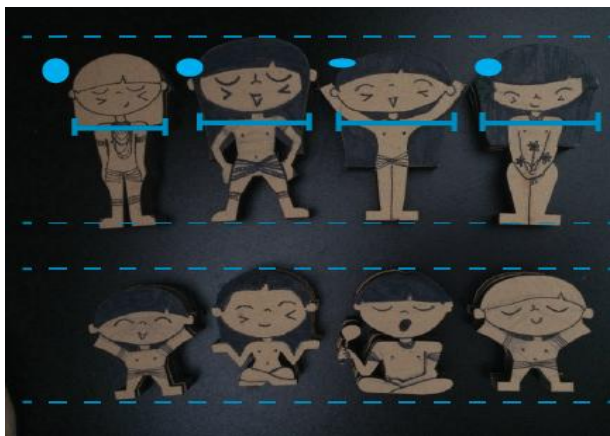
Figura 52- Desenho dos Protótipos



Fonte: Desenvolvida pela autora

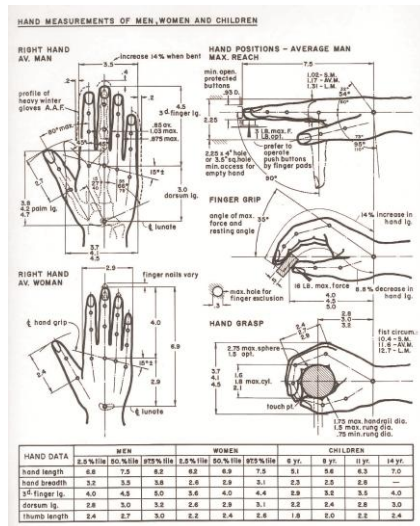
Tal procedimento resultou na análise de tamanho da espessura pensando na ergonomia da pega da criança (Figura 53 e 54) junto com a possibilidade de empilhamentos das mesmas (Figuras 55).

Figura 10 - Ergonomia I



Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 54 - Ergonomia II



Fonte: Anthropometry of Infants, Children and Youths to age 18 for Product Safety - 1977

Figura 55 - Empilhamento

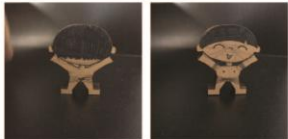






Fonte: Desenvolvida pela autora

Foram, também, analisados as formas e representações gráficas de cada boneco (Tabela 10, 11 e 12).

Tabela 10 - Formas e Representações Gráficas dos Protótipos I




PRIMEIROS PROTÓTIPOS

BONECOS		MODIFICAÇÕES
	→	<ul style="list-style-type: none">• Mão arredondadas• Stroke diferenciados para os acessórios• A melhor pintura (símbolo) de animal para representar• Pensar em uma solução para o pescoço <p>Obs.: Boneco com maior facilidade de ser empilhado</p>
	→	<ul style="list-style-type: none">• Mão arredondadas• Stroke diferenciados para os acessórios• A melhor pintura (símbolo) de animal para representar• Pensar em uma solução para o pescoço• Para ter maior visibilidade foi escolhido o preenchimento colorido dos cabelos dos bonecos <p>Obs.: Boneco com maior facilidade de ser empilhado</p>
	→	<ul style="list-style-type: none">• Menos curvaturas - aparentar ser mais nova• Arredondar mais os pés• Cabelo com preenchimento colorido• Cabeça proporcional aos outros bonecos
	→	<ul style="list-style-type: none">• Arredondar mais os mãos e pés• Cabeça proporcional aos outros bonecos
	→	<ul style="list-style-type: none">• Menos curvaturas - aparentar ser mais nova• Arredondar mais os pés• Cabeça proporcional aos outros bonecos• Acessório maior detalhamento• Acrescentar estudos sem orelhas

Fonte: Desenvolvida pela autora

Tabela 11 - Formas e Representações Gráficas dos Protótipos II






PRIMEIROS PROTÓTIPOS

BONECOS	MODIFICAÇÕES
	<p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redesenhar para aparentar ser mais novo • Chocalho com estrutura fina, quebrável - redesenhar • Aparência de menino mais velho.
	<p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arredondar mais as mãos • Cabeça proporcional aos outros bonecos • Cortou o cabelo que viria atrás dos braços
	<p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muito Dura e sem expressão • Redesenhar pose do personagem • Talvez excluir personagem e colocar um elemento da floresta (como uma árvore).
	<p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> • Re-desenhar rabo - para combinar com o resto do grupo - um rabo mais orgânico e mais grosso. • Procurar símbolo indígena para macaco.
	<p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procurar símbolo indígena para cobra. • Não modificar estrutura

Fonte: Desenvolvida pela autora

Tabela 12 - Formas e Representações Gráficas dos Protótipos III

PRIMEIROS PROTÓTIPOS

BONECOS		MODIFICAÇÕES
	→	<ul style="list-style-type: none">• Re-desenhar escamas superior• Parte posterior com grafismo caso os outros animais tenham o mesmo.• Caso não seja o grafismo na parte posterior, repensar nos olhos.
	→	<ul style="list-style-type: none">• Parte posterior com grafismo caso os outros animais tenham o mesmo.• Caso não seja o grafismo na parte posterior, repensar nos olhos.• Re-desenhar patas - proporcionalis
	→	<ul style="list-style-type: none">• Parte posterior com grafismo caso os outros animais tenham o mesmo.• Caso não seja o grafismo na parte posterior, repensar nos olhos.• Fazer que o furo do nariz seja cortado.• Boca desenhada e não cortada• Procurar símbolo indígena para Jacaré
	→	<ul style="list-style-type: none">• Re-desenhar estrutura, pois boneco não se posiciona em pé.• Re-desenhar de uma forma que mostre mais força ao animal.
	→	<ul style="list-style-type: none">• Diminuir levemente as asas da gaviota.• Procurar símbolo indígena para Gaviota.

Fonte: Desenvolvida pela autora

Com a segunda prototipação dos bonecos, agora mais detalhados (Figura 56), foi realizado o estudo das pinturas feitas nas laterais dos bonecos e se seriam gravadas por goivas ou pintadas. Foram realizados estudos de estilo de pintura e cores nas laterais dos bonecos.

Figura 56 – Protótipos



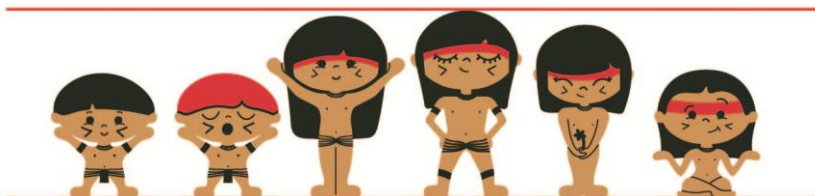
Fonte: Desenvolvida pela autora

Estabeleceu-se então que os animais seriam pintados com as cinco cores, representando a diversidade de cores usadas durante os rituais e eventos indígenas.

Assim, como os indígenas, com a pintura de um grafismo indígena na sua lateral, com uma única cor, unificando os animais com os bonecos, já que são cinco cores e cinco figuras indígenas.

Nos primeiros protótipos foi escolhido fazer os bonecos com expressão similares, porém alguns questionamentos foram feitos e para a versão final foram feitas figuras com mais expressão e personalidades (Figura 57).

Figura 57 - Expressão e personalidades expressão.



Fonte: Desenvolvida pela autora

Nos primeiros estudos das caixas e capas do livro, as capas seriam representadas pela face de um indígena e de uma onça, por esta ser considerada um dos animais mais fortes e um animal muito citado nos contos indígenas Yawalapiti.

A graduanda mostrou para a indígena Anna Terra Yawalapiti; está aprovou a ideia, porém percebeu e explicou que os indígenas masculinos não têm a pintura nos olhos, apenas as mulheres. A aluna percebeu que as faces estavam muito simplificadas e com linhas muito duras, dificultando a percepção de ser um produto infantil.

Decidiu-se pela adoção de uma caixa fechada (a da alternativa era aberta (Figura 59), para facilitar o transporte e, principalmente, por ser um produto que também auxiliaria na hora do conto, muitas contadoras de histórias fazem esta dinâmica fora das bibliotecas).

Portanto, foi escolhida uma face de um produto já existente, uma maleta que contém 4 livros. Foram geradas algumas alternativas de gráfico para a maleta e estudos de redesign de tal embalagem. (Figura 58, 59, 60).

Figura 58 - Faca de um Produto Existente



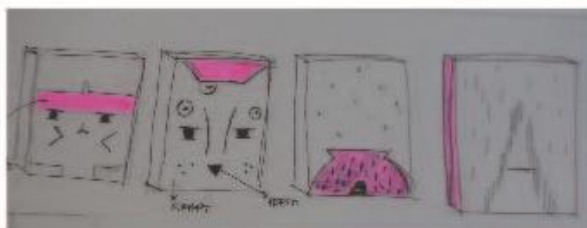
Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 59 - Redesign da embalagem I



Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 60 - Redesign da embalagem I



Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 61 Re-design da embalagem III



Fonte: Desenvolvida pela autora

Para possibilitar os compartimentos das figuras indígenas e dos animais fizessem parte da brincadeira lúdica, foi decidido que teria em seu interior desenhos de ocas, rio e elementos da natureza, transformando-a em um cenário auxiliando no entretenimento lúdico para a criança.

3.5.2 Valores do design na concepção do produto final

Durante a concepção do produto, cuidadosamente, levou-se em conta a importância dos valores de design estético, funcional, simbólico e ético (Figura 63), presentes no produto final.

Figura 62 - Síntese de Valores



Fonte: Desenvolvida pela autora

Em uma primeira percepção o produto precisa transmitir efeitos que sejam positivos e que atraiam o usuário. O gráfico da embalagem e das caixas desperta curiosidade com a mistura de um grafismo indígena com a modernidade de uma estética minimalista. Gerando um interesse tanto do adulto (consumidor) como da criança (usuário final).

O adulto, podendo ser pais, contadores de histórias, pessoas da área da educação ou simplesmente adultos que queiram presentear uma criança, são provocados pela estética diferenciada do produto em comparação com os demais produtos presentes no mercado.

A criança é provocada pelo estético-formal da embalagem, representando uma maleta junto com a estilização gráfica no verso da embalagem, remetendo ser um produto destinado ao público infantil.

Os bonecos apresentam um valor estético-formal com as suas formas orgânicas e simples, representando a fácil identificação com os personagens do livro ilustrado. Assim como as formas orgânicas e minimalistas da parte externa e interna da embalagem direta dos bonecos.

Em relação aos valores funcionais do produto; a embalagem geral armazena de maneira segura as caixas e o livro, seu modelo de fechamento é propício para o manuseio de crianças maiores de quatro anos. Seu tamanho é compacto facilitando no transporte e armazenamento.

As caixas dos bonecos cumprem os seus requisitos de função de armazenar de forma segura os acessórios; seu modo de fechar é de fácil manuseio, tanto para um adulto tanto para uma criança; além de serem seguras, por serem de encaixe e não terem peças pequenas e soltas. Cada caixa quando aberta adquire uma nova função, além de servir de armazenamento, a de ser usada como cenário para uma atividade lúdica.

Os bonecos proporcionam o suporte determinado da sua funcionalidade: a representação dos personagens do livro ilustrado para um objeto tridimensional, fortalecendo a prática na hora do conto e aproximando a fantasia da realidade. Além de proporcionar, de forma segura e adequada para crianças maiores de 4 anos, uma atividade lúdica, tanto durante a contação de história quando durante a brincadeira entre as crianças.

Da mesma forma, os bonecos auxiliarão na dinâmica entre a autora do projeto com os indígenas Yawalapiti durante a segunda etapa do projeto, quando serão criadas as histórias a serem representadas no livro ilustrado. Os indígenas e a autora utilizarão os bonecos como forma de facilitar a comunicação, possibilitando a criação de um livro

co-participativo e diminuindo a possibilidade de perda de informação entre eles.

A percepção simbólica remete principalmente nas identificações de ser um produto representativo de uma cultura indígena. Primeiramente com os seus grafismos indígenas, tanto nas embalagens quanto nas laterais dos bonecos, assim como os elementos (pintura nos rostos, forma de cabelo, e vestimentas) representados nos bonecos.

As cores escolhidas apresentam um valor simbólico maior do que um valor estético. A definição das cores preta, vermelha e branca decorreu de que são as cores usadas nas pinturas corporais entre os indígenas. Além disso, a definição do material resultou na escolha simbólica, representativa do pigmento corporal predominante no povo indígena.

A representação das silhuetas dos animais facilita a identificação do animal representado, assim como as poses representadas pelos bonecos indígenas representam a personalidade de cada indígena. Os próprios bonecos já possuem esse valor simbólico, porém durante uma atividade lúdica, podem adquirir novos significados.

O valor ético encontrado é identificado por ser um produto co-participativo com os indígenas da aldeia Yawalapiti, cujos membros serão consultados antes da sua viabilização, e também participarão da próxima etapa onde o livro será idealizado pela autora junto com os indígenas. Além de o produto ter o intuito de gerar lucro para a própria aldeia em questão.

Contudo, o valor ético é representado principalmente na escolha dos materiais e processos do produto, apresentados no tópico a seguir.

3.5.3 Ergonomia

A ergonomia deste projeto baseia-se na compreensão visual para que o produto seja intuitivo, tal como a segurança, para que seja manuseado por crianças sem a necessidade de supervisão ou grandes dificuldades.

Da embalagem aos bonecos, o projeto buscar ser de fácil entendimento e lúdico, leve e simples, para que seja capaz de atrair a atenção das crianças de maneira positiva e de fácil entendimento.

As imagens guiam a criança pela história e lhe apresentam um mundo de possibilidades para a criação de novos enredos e brincadeiras, sem que seja necessário maiores explicações ou instruções.

Sendo o produto voltado para crianças, de 4 a 6 anos, todo o

projeto foi feito para que o manuseio fosse fácil e seguro, sem pontas e quinas que possam machucar ou dificultar a interação com o produto e que permitam a criança a explorar a história da maneira mais livre e segura possível.

3.5.4 Materiais e Processos

Para a produção da embalagem geral e das duas embalagens que acondicionam os bonecos, optou-se por utilizar papel Kraft 400 gramas, que confere estabilidade à embalagem e proteção aos demais produtos. O papel Kraft é um papel fabricado a partir de uma mistura de fibras de celulose curtas e longas, provenientes de polpas de madeiras macias. A escolha do papel Kraft deu-se pelo fato de ser um material natural, e sua cor remete a lembranças de elementos da natureza, de cor pardo-escuro. A impressão utilizada na embalagem é a xilogravura, uma antiga técnica de reprodução de imagens. Em relação ao fechamento da embalagem, é usado cola nas dobras de dentro.

O processo de produção da embalagem começa com a elaboração da faca de corte. Primeiramente é feito o corte do desenho da embalagem em uma chapa de madeira, que serve como base para moldar as lâminas de aço; lâminas afiadas são posicionadas nas partes que necessitam de corte e não afiadas para vincos. Depois de confeccionada a faca, a mesma é inserida em uma máquina de corte e vinco automática, que funciona como uma prensa de alta velocidade, onde são colocados os papéis para serem cortados e vincados.

A xilogravura é um processo utilizado na tipografia “Yawalapiti” consiste em utilizar um pedaço de madeira ou linóleo para a criação de uma matriz, possibilitando assim a reprodução de uma imagem repetidamente, como um “carimbo”. A xilogravura é simples e rústica. Primeiro, deve-se entalhar na madeira ou linóleo a ilustração - tema, estampa ou frase - com um material afiado, tal qual uma goiva ou estilete, para assim criar a matriz que servirá para reproduzir a imagem escolhida quantas vezes for necessário. Em seguida, passa-se uma camada de tinta da cor necessária, geralmente através de um rolo de borracha, tomando cuidado para que a tinta se deposite apenas nas partes salientes da gravura na matriz. Depois, posiciona-se a matriz em contato com o material final para que a imagem seja reproduzida na superfície escolhida.

O restante da embalagem impressa pelo processo de estêncil, do inglês estêncil, uma técnica que utiliza material fino que serve de matriz para o preenchimento do desenho vazado.

O processo de produção dos bonecos deu-se de empilhamento de cinco chapas de papeis Kraft, 4mm, cortados pela impressora de corte a laser, a forma mais avançada do processo tecnológico para corte térmico. Laser, *Light Amplification by Stimulated Radiation*, ou seja, Amplificação da Luz por Emissão Estimulada de Radiação é um sistema que produz um feixe de luz através de estimulações eletrônicas. Quando aplicado gera uma alta densidade de energia do feixe Laser promovendo a fusão e evaporação destes.

A escolha desse processo se deve ao fato dos bonecos apresentarem curvas detalhadas, onde não seria possível a utilização da CNC, pois esta é limitada pelo tamanho da broca de 3mm. O corte a laser tem alta precisão, uma sangria estreita (Kerf) reduzindo a perda de material, e alta velocidade de corte.

Os bonecos são finalizados por uma pintura com tinta acrílica a base de água não tóxica. A marcação para a pintura frontal e posterior é determinado pelo feixe do corte a laser. Será aplicado o método de montagem de empilhamento de cinco peças utilizando cola branca como forma de fixação. Após suas laterais serem lixadas será aplicada, manualmente, a tinta do grafismo lateral, frontal e posterior.

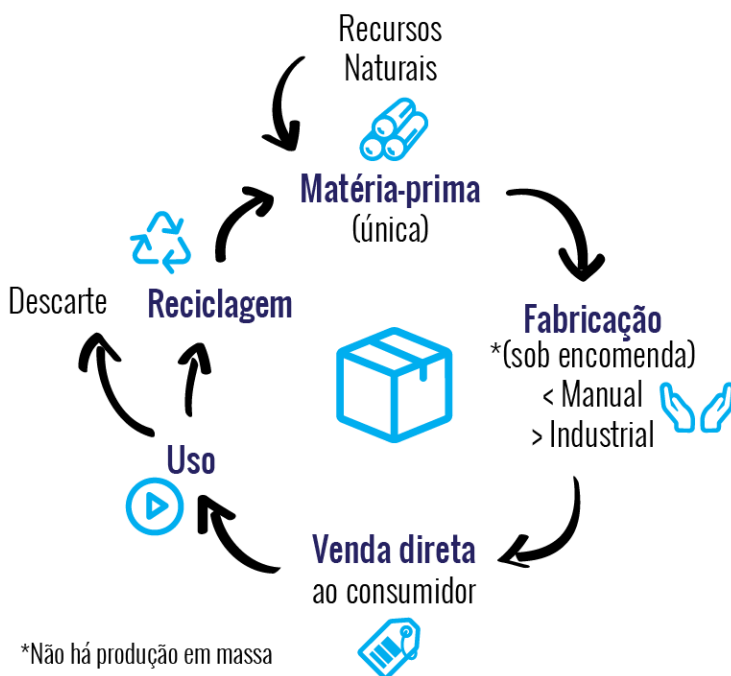
O "berço" dos bonecos será o próprio resto do corte dos bonecos que, depois de empilhados e fixados, serão pintados pelo processo de estêncil.

Os materiais e processos escolhidos para o processo em questão levam em conta o interesse em humanizar o processo, indo na contramão da produção em massa, evitando o desperdício desnecessário de produtos parados em estoques de lojas. A escolha do processo de impressão por serigrafia e estêncil permite que sejam finalizados, em casa, dependendo apenas da demanda de saída do produto e diminuindo os gastos de impressão.

A escolha de ser um produto feito totalmente de papel decorreu da estratégia de ser um produto com um fluxo de vida fechado (Figura 63), pois o papel é um material com um alto teor de reciclagem. Entretanto a escolha dos tipos e gramatura juntamente com a sua função não tem como objetivo ser descartado um período curto de uso.

Figura 63 - Ciclo de vida

CICLO DE VIDA DO PRODUTO FINAL



Fonte: Desenvolvida pela autora

Apesar da escolha por papel Kraft para a execução do protótipo, a versão final do produto seria projetada em madeira pinus (*Pinus Elliotti*), sendo essa, uma madeira de reflorestamento com boa permeabilidade e resistência, propiciando diversas possibilidades de aplicação, garantindo uma boa finalização e acabamento para a peça.

3.5.5 Planificação e Faca

Para a produção da embalagem, da maleta e das caixas para os bonecos, é necessário o desenvolvimento da faca (Figura 64, 65 e 66), onde a linha azul traduz como linha de corte e a linha amarela com marcação para facilitar no dobramento.

Figura 64 - Faca Interna I



Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 65 – Faca Interna II



Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 11 – Faca Externa III



Fonte: Desenvolvida pela autora

Necessário criar uma faca para cada boneco com um espaçamento de no mínimo 5 mm por segurança na hora do corte. Fundamental a especificar da ordem das linhas de corte.

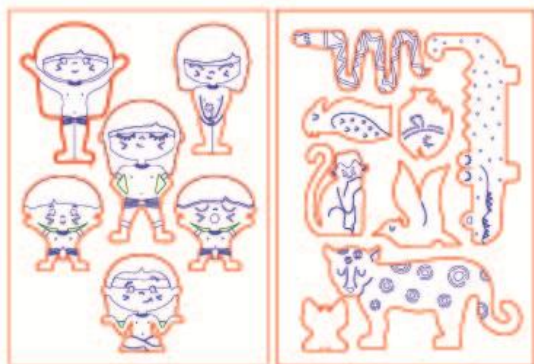
Primeiramente são marcados (linha vermelha), depois de marcados são cortados os detalhes localizados na parte interna dos personagens (linha verde), assim são cortadas as silhuetas (linha preta) das figuras.

Com os bonecos cortados, é necessária a retirada do mesmo. Visto que após o corte das silhuetas vai ser passado novamente porem 2

mm de distância da linha preta outro corte a laser. Possibilitando o fácil encaixe da figura ao seu "berço".

Finalizando com o corte da linha do retângulo (linha amarela), gerando um "berço" para os bonecos. (Figura 67)

Figura 67 - Berço para os Bonecos

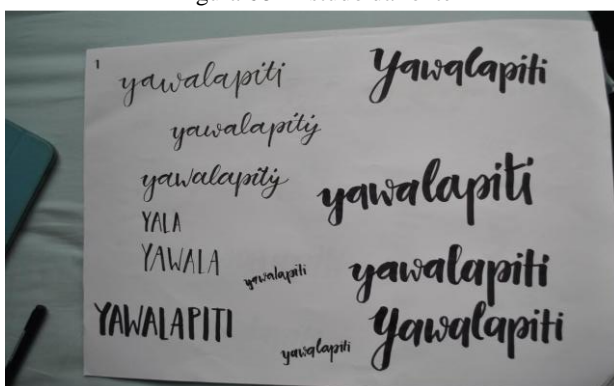


Fonte: Desenvolvida pela autora

3.5.6 Estudo do Estilo da Fonte

Com parceria da Designer Mariana Costa, foi desenvolvido um estudo de fonte manual para a palavra "Yawalapiti", figura 68.

Figura 68 - Estudo da fonte



Fonte: Desenvolvida por Mariana Costa

3.5.7 Produto Final

Com os resultados obtidos anteriormente, foi possível finalizar o produto que tem como utilidade auxiliar um livro ilustrado infantil, até o momento conceitual. O kit é composto por uma embalagem externa que engloba outras duas embalagens menores, sendo que essas alocam os modelos de figuras de crianças indígenas e de animais selvagens.

A embalagem externa (Figura 69) remete ao modelo de uma maleta de viagem, assim fazendo com que o consumidor associe a imagem da mala com o título “Aventuras em Yawalapiti”. Em sua visão frontal, detalhes como grafismo indígena e imagens de flechas, foram aplicados no exterior da embalagem com o intuito de associar o produto a uma cultura indígena. No verso da embalagem, há frase com um linguajar infantil, que tem por finalidade atrair o público a interagir com o produto. E ainda, há uma seleção de imagens que visam a associação das mesmas com o conteúdo interno.

Figura 69 – Embalagem Externa



Fonte: Desenvolvida pela autora

No interior da caixa, há duas embalagens e um livro infantil (não desenvolvido no projeto). As embalagens são divididas entre as que contêm os animais (Figura 70), representada por uma onça (símbolo de força para os indígenas Yawalapiti) em seu exterior, e a que contém as crianças indígenas (Figura 71) ilustradas por uma face de uma indígena.

Ambas as embalagens possuem na sua parte de trás, assim como a embalagem externa, figuras que remetem a cultura indígena.

Figura 70 – Embalagem Interna Animais



Fonte: Desenvolvida pela autora.

Figura 71 – Embalagem Interna Meninas



Fonte: Desenvolvida pela autora.

O interior da cada embalagem apresenta um gráfico de cenários que tem como função auxiliar no entretenimento entre os bonecos e a história do livro. A caixa dos animais (Figura 72) foi representada por uma floresta o rio, local de maior divertimento pelas crianças indígenas. Já a caixa dos bonecos (Figura 73), há uma alusão a uma aldeia, aplicando a mesma distribuição disposta na aldeia estudada. Essa disposição consiste de uma oca central, Casa dos Homens ou Casa das Flautas, e outras inúmeras ocas habitáveis pelos indígenas. Adicionalmente, há representações com estrelas que ilustra o céu livre de poluição da aldeia.

Em ambas as caixas, em uma aba contém uma mensagem que remete ao conteúdo do livro. Para a embalagem dos animais, foi escrito “Cada animal tem a sua história”, pois os animais escolhidos são tradicionais da cultura indígena Yawalapiti, e cada um possui seu significado dentro dessa cultura.

Na embalagem das crianças, há a mensagem “Cada criança tem a sua virtude”, pois durante a imersão, a graduanda identificou personalidades características nas crianças, as quais auxiliam na compreensão da sua cultura.

Após o recorte dos personagens, houve o reaproveitamento da do material utilizado. Então esse foi usado como berço para alocar os personagens quando guardados.

Figura 72: Interno da embalagem interna.



Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 73: Interno da embalagem interna



Fonte: Desenvolvida pela autora

As crianças foram representadas pelos bonecos (Figura 74 e 75) sendo essas quatro figuras femininas e duas figuras masculinas. Cada personagem há sua função representativa na história: uma guerreira, uma generosa, curiosa e a que passa a imagem de liberdade. Já para os meninos, um enaltece a cultura indígena através do seu sonho de ser cantor de rituais indígenas, enquanto o outro representa o companheirismo.

Nas laterais de cada boneco, aplicou-se grafismo indígena identificado durante a imersão realizada pela graduanda. Nas figuras femininas, representou-se o grafismo de peixes, que é o grafismo exclusivo das mulheres da cultura Yawalapiti, sendo esse composto por vários tipos. Enquanto para os meninos, foi utilizado o grafismo do tipo onça e gavião, sendo esses os dois animais com representação de maior força para cultura Yawalapiti.

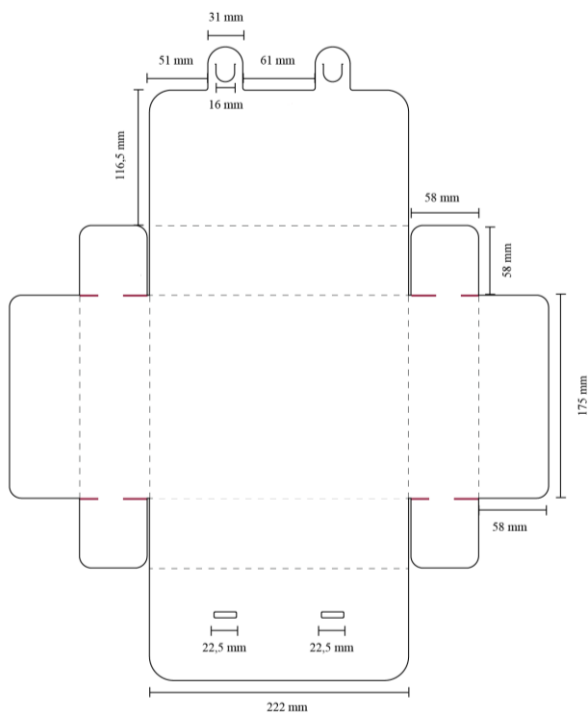
Assim como as crianças, os animais também foram representados por bonecos. Os animais escolhidos foram: gaivota, onça, gavião, peixe, sucuri, macaco, borboleta e jacaré. O gavião, onça, gaivota e peixe são animais caracterizados no ritual Jwavari, sendo o ritual onde a graduanda teve a oportunidade de participar. A sucuri, borboleta e peixe são animais que estão presente nos artes anatos dessa cultura. O jacaré e o macaco são os animais mais citados em brincadeiras pelas crianças da imersão.

Por fim, as cores prioritárias para esse projeto foram vermelhas e pretas, pois são as cores utilizadas para as pinturas em peles pelos indígenas da cultura Yawalapiti. Já nos bonecos, foram utilizadas também cores que remetiam a diversidade desses presentes nos acessórios de rituais. Em cada criança foi utilizado apenas uma cor, enquanto que nos animais, foram aplicadas todas as cores em um padrão, onde juntos se conectam pelas cores.

3.5.8. Desenho Técnico

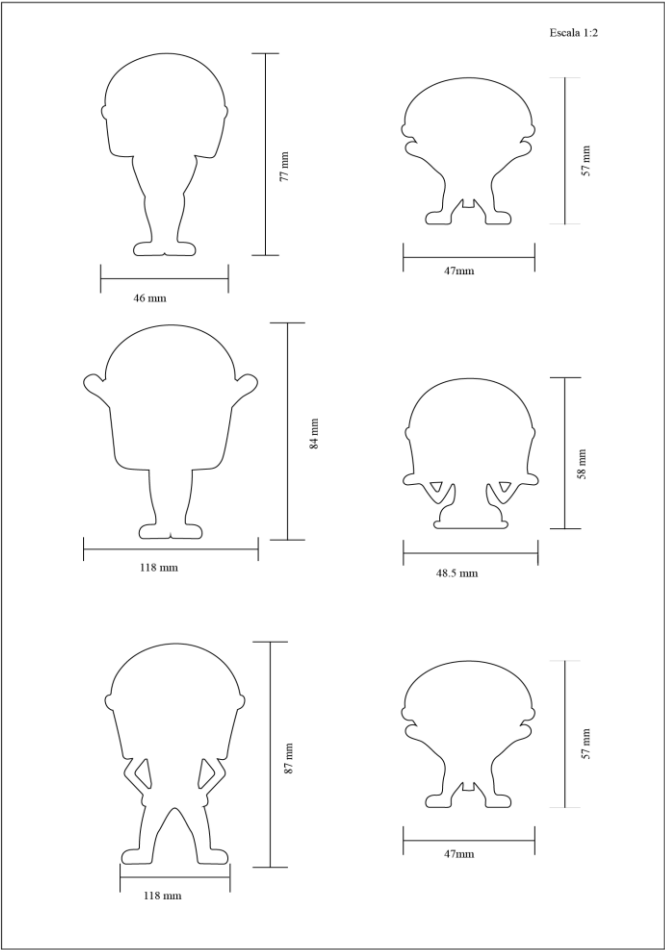
Os desenhos técnicos, os quais foram desenvolvidos para o projeto, são apresentados nas figuras 76, 77, 78 e 79.

Figura 76 - Desenho Técnico I



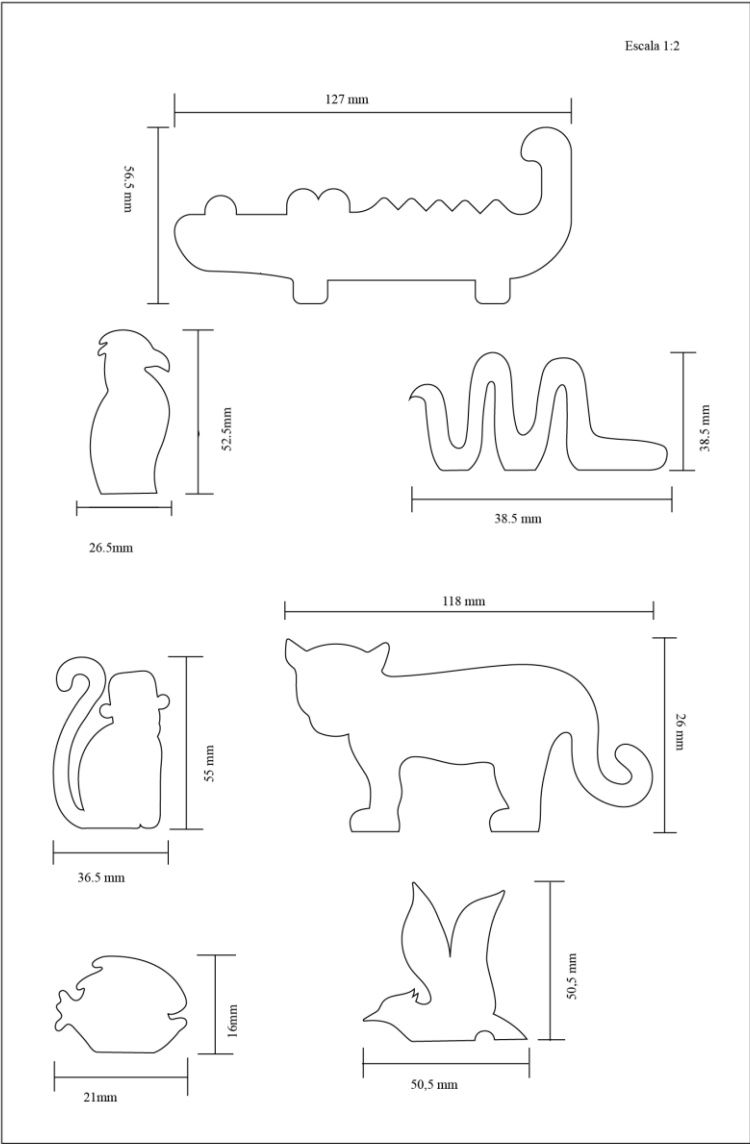
Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 77 - Desenho Técnico II



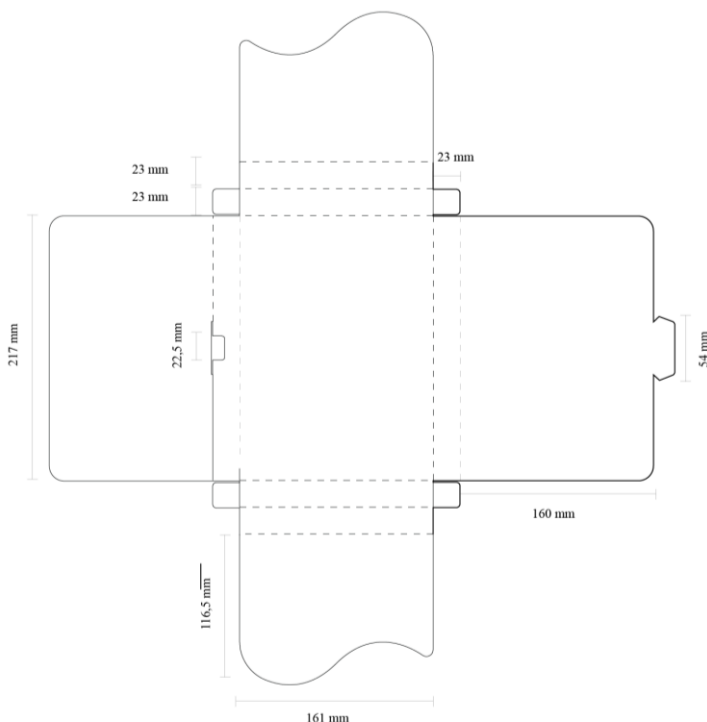
Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 78 - Design Técnico III



Fonte: Desenvolvida pela autora

Figura 79 - Design Técnico IV



Fonte: Desenvolvida pela autora

3.5.9. Identificação de capacidades necessárias - implementação de soluções

A graduanda tem como objetivo terminar o livro ilustrado infantil: "Aventuras com os Yawalapiti". Uma vez concluído o projeto a graduanda irá até a aldeia para apresentá-lo à comunidade visando submetê-lo à sua aprovação. A graduanda pretende, como forma de reconhecimento, doar à comunidade possíveis lucros advindos dos produtos.

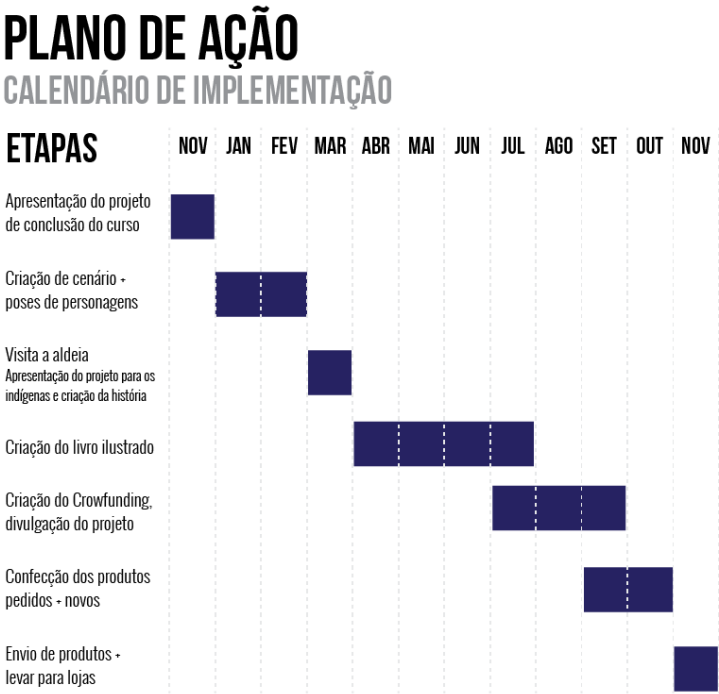
Portanto, caso o produto seja aprovado pela a comunidade a graduanda abrirá um Crowdfunding, assim possibilitando a viabilização do produto no futuro.

Crowdfunding significa “financiamento coletivo” e serve para arrecadar dinheiro para campanhas diversas por meio da internet. São ideias que se tornam realidade a partir da colaboração direta de pessoas.

A graduanda pretende colocar um valor que possibilite a produção de 30 exemplares como recompensas do Crowdfunding mais 30 para serem vendidos comercializados.

Assim foi executado um plano de ação, representado pela Tabela 13.

Tabela 13 - Plano de Ação.



Fonte: Desenvolvida pela autora

4. CONCLUINDO

A seguir são apresentadas, de forma resumida, as evidências que foram surgindo ao longo do desenvolvimento do projeto. Na medida em que foram sendo relacionadas umas com as outras, mesmo aquelas que se apresentavam como desafios, elas foram fazendo emergir uma composição entre objetos e significados, resultando no produto final:

Durante a imersão:

- Os indígenas estão cansados de não participar dos projetos sobre sua cultura.

Durante as pesquisas em Lojas:

- Falta de brinquedos que retratam o índio brasileiro.

Na conversa com pais:

- Necessidade de um produto que ensine sobre a cultura indígena brasileira.

Na conversa com as crianças:

- Interesse sobre o assunto, porém falta de informação.

Através da conversa com uma Contadora de História:

- A utilização de artefatos durante a "contação de história" fortalece e valoriza a prática e também aproxima a fantasia da realidade.

Durante o período da imersão, na medida em que a graduanda entrava no universo da daquela etnia, ouvindo suas histórias, participando do seu dia-a-dia, inclusive de alguns dos seus rituais, percebeu o valor de sua cultura e a necessidade de tornar conhecida a história dos Yawalapiti. Evidenciou-se a importância da criação de um livro ilustrado para crianças. Porém, não ignorando as colocações dos indígenas, onde um produto sobre indígenas deve ser resultado de um projeto onde haja a participação direta dos mesmos.

Foi no encontro entre a pesquisa acadêmica propriamente dita, e as pesquisas de campo, onde o outro era também sujeito, que foi concebido o projeto final composto por partes que se comunicam e se complementam, formando um todo.

O Kit de Bonecos com Cenário foi criado como elemento comunicante e inseparável do Livro Ilustrado. Esse Kit é um elemento que auxiliará na contação da história para crianças, aproximando essas do universo indígena, especialmente do infantil na medida em que os personagens representam crianças da etnia Yawalapiti.

Ou seja, é um brinquedo que retrata o índio brasileiro, apresenta elementos da sua cultura, traz o contato com histórias que contém em si

os mesmos aspectos da história e da cultura desse povo, valoriza e aproxima mundos.

Mas o Kit de Bonecos com Cenário também foi concebido com a intenção de apoiar os próprios indígenas naquilo que reivindicam com relação a participarem como protagonistas de projetos de iniciativa não-indígena. Pretende-se que ele seja o elemento que explicita claramente as possibilidades deste projeto, e uma vez compreendido e aceito, reúna a graduanda e representantes da etnia para juntos criarem uma história ilustrada dos Yawalapiti.

A proposta entrega algo concreto, visível, que seja um instrumento através do qual poderão contar suas próprias histórias, e desprovido de promessas. Ou seja, o resultado será proporcional ao que eles próprios enxergarem e se sentirem movidos a realizar de forma colaborativa.

Assim, pode-se afirmar que o produto dessa pesquisa alcançou seu objetivo geral de evidenciar os aspectos da tribo indígena Yawalapiti, da aldeia Palushayupiti, através de um produto lúdico para criança.

Com o uso do método de elicitación de imagem para criação das figuras indígenas, assim como dos grafismos aplicados nas laterais, obteve êxito no objetivo específico de buscar referências semânticas através da experiência em contexto.

No quesito da sustentabilidade, o produto foi desenvolvido por um único material, o papel, portanto um produto com um fluxo de vida fechado, e altamente reciclado.

Conclui-se que o projeto atingiu seus objetivos, gerando um produto educativo lúdico que desperta interesse nas crianças sobre uma tribo indígena, auxiliando na ampliação do conhecimento sobre outra cultura e no aprendizado sobre a diversidade. Possibilitando à criança, brincando, aprender que as diferenças devem ser respeitadas

REFERENCIAS

BAXTER, Mike. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.

BERNS, R. M. **O desenvolvimento da criança**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

BEZERRA, C. **O designer humilde**. São Paulo: Rosari, 2008.

BROUGÉRE, G. **Brinquedo e cultura**. São Paulo: Cortez Editora. 1995

BRANCO, Angela Uchoa. **Crenças e práticas culturais: co-construção e ontogênese de valores sociais**. Revista Posições, 2006.

BRUNER, J. **O jogo na educação**. São Paulo: Cia Ed. Nacional, 1968.

BÜRDEK, Bernhard E. **História - teoria e prática do Design de produtos**. Tradução: Freddy Van Camp. São Paulo: Editora Edgard Blucher. 2006.

BONSIEPE, Gui. **Design do material ao digital**. Florianópolis: SENAI/SC e FIESC, 1998.

CORDAS, G. Isabel Magda. **Estratégia de Design de Produtos Lúdico/didáticos para Crianças**. Estudo de caso _Imaginarium. Portugal. 2008.

CUNHA, Manoela Carneiro da (Org.). **História dos índios no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras; Secretaria Municipal de Cultura: FAPESP, 1992.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Editora Martins Fontes. 2003.

GORDON, Maggie e Bob. **O Guia Completo do Design Gráfico Digital**. Lisboa: Livros e Livros. 2003

IDEO, Human Centered Design, Kit de ferramentas. 2001.

Disponível em:

http://www.ltds.ufrj.br/downloads/nmn/hcd_portugues.pdf

Acesso: Março de 2016

KISHIMOTO, T. Jogo, Brinquedo, Brincadeira e Educação. São Paulo: Cortez Editora. 2003.

KAZAZAIAN, Thierry (organizador). Haverá idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável. São Paulo: Senac, 2005.

LUPTON, Ellen. Graphic Design Thinking: beyond brainstorming, São Paulo: G. Gili, 2013.

LÖBACH, B. Design industrial: bases para a configuração dos produtos. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

LOPES, M. C. Comunicação e ludicidade na formação do cidadão pré-escolar. Aveiro: Universidade de Aveiro, 1998.

MACHADO, Renata Silva Santos, MERKLE, Luiz Ernesto. As relações existentes entre o fazer design com base nas questões. In: VII Congresso iberoamericano de Ciência, Tecnologia e Gênero. 2010.

MARISCAL, Javier. A Cor – Design Gráfico com Mariscal. Barcelona: Salvat Editores S.A. 2000.

MCDONOUGH, William. Cradle-to-cradle. New York: North Point Press, a division of Farrar, Straus and Giroux. 2002.

MANZINI, E. J. Livro design para a inovação social e sustentabilidade (TENHO EM CASA)

MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual. Lisboa:Edições 70. 1968

NUNES, Catarina. Mergulhar no Imaginarium. 2007.

[http://64.233.183.104/search?q=cache:4pyWETvMp5gJ:clix.semanal.expresso.pt/2caderno/econ](http://64.233.183.104/search?q=cache:4pyWETvMp5gJ:clix.semanal.expresso.pt/2caderno/economia/artigo.asp%3Fedition%3D1797%26articleid%3DES251964%26ac)

[omia/artigo.asp%3Fedition%3D1797%26articleid%3DES251964%26ac](http://64.233.183.104/search?q=cache:4pyWETvMp5gJ:clix.semanal.expresso.pt/2caderno/economia/artigo.asp%3Fedition%3D1797%26articleid%3DES251964%26ac)

tion%3Dprint+mergulhar+ no+imaginarium&hl=pt-PT&ct=clnk&cd=6,
(Acesso: Maio, 2016)

OLIVEIRA, João Pacheco de. Muita terra para pouco índio? Uma introdução ao indigenismo e a atualização do preconceito. 2007.
http://www.jpoantropologia.com/pdfs/CL_PT_1995_01.pdf
(Acesso: Abril, 2016)

PANERO, Julius e Zelnik, Martin. Dimensionamento Humano para Espaços Interiores. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. 2001

ROKEACH, Milton et al. The nature of human values. New York: Freepress, 1973.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo B. Yawalapiti. 2003. Disponível em: www.isa.com.br. (Acesso em: 05 de abril de 2016.)